



OPCION DE GRADO II

IMLAB



APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MOVILES CAPAZ DE SEGMENTAR
TODOS LOS EQUIPOS Y CONSUMIBLES QUE DEMANDA EL SECTOR DE
LABORATORIOS EN COLOMBIA

INTEGRANTES

KATHERINE ROBLEDO QUINTERO
LEIDY YURANI BENAVIDES

DOCENTE

DIEGO FERNANDO AVILA

CORPORACION UNIFICADA DE EDUCACION SUPERIOR CUN

NEGOCIOS Y FINANZAS INTERNACIONALES

1. JUSTIFICACION

El presente trabajo fue realizado con el objetivo de minimizar y agilizar tiempos de respuesta al momento de comprar algún producto utilizando los medios electrónicos, en esta caso hablaremos particularmente de los equipos de laboratorio y nuestro segmento en específico se trata de las pequeñas, medianas y grandes empresas nuestro principal contacto hacia dichas compañías son precisamente sus compradores, jefes de bodega o almacén puesto que en manos de ellos está la importancia de adquirir el producto de la manera más ágil y oportuna evitando demoras en los tiempos de respuesta.

El mundo constantemente se vive actualizando y modernizando es por ellos que nos obliga a ir de la mano con el avance tecnológico, aliándonos a todos sus beneficios y ventajas, es allí donde IMLAB S.A.S quiere innovar sus procesos de compra y decide crear un aplicación que le permita a sus clientes contactar nuestros servicios de una manera muchos más dinámica y ágil; básicamente se trata de que el mismo comprador ya no tenga que desplazarse hasta las instalaciones de la compañía y buscar lo que se requiere.

En esta oportunidad en la aplicación se encontrara un catálogo bastante amplio donde se pueden observar los más de 5.000 partes y equipos para laboratorio dándole al cliente una gran variedad de compra, lo mejor de todo es que el cliente puede interactuar en la aplicación montando y/o armando estos equipos y a su vez el mismo software le ira indicando el presupuesto de costo que tendrán los equipos, además de poder hacer su pedido en línea y solicitar el envío desde el momento que considere oportuno.

Finalmente, este proyecto se realizó con el fin de agilizar la operatividad, tiempos de respuesta y lo mejor de todo que puede ser desde la comodidad del hogar o lugar de la oficina.



2. MISION

Proveer bienes y/o servicios de más alta calidad, con un servicio de pre-venta, venta y post-venta especializado, brindando soluciones integrales y satisfaciendo de manera eficiente las necesidades de nuestros clientes.

3. VISION

Para el 2019 IMLAB expandirá su mercado con nuevas líneas de negocio y ampliará sus operaciones comerciales a nivel mundial

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Mercado Objetivo

Mercado de consumo

Si bien el mercado de consumo hace referencia a los compradores que adquieren bienes y servicios para su consumo, es de vital importancia para una empresa, determinar el tipo de consumidor al cual va dirigido su producto, lo que se conoce como segmentación de mercado, esto con el fin de resaltar las características demográficas, psicográficas y geográficas de sus consumidores y así pensar en estrategias diseñadas específicamente para ellos.

Dado el contexto anterior y centrándonos en IMLAB, se concluye que el mercado de consumo para la empresa en moción está dirigido a un consumidor demográfico de cualquier tipo de género entre un rango de edad de los 20 a 50 años con unos ingresos y una clase social media-alta debido a que su propuesta de valor se fundamenta en la calidad de sus productos y en la innovación, lo anterior nos permite establecer un precio elevado, pero que los consumidores estarán dispuestos a pagar. Además de las características demográficas el consumidor también es segmentado con unas características psicográficas, que para el presente caso corresponde a un consumidor que ve a IMLAB como una oportunidad para optimizar los tiempos y recursos de su empresa. Y por último y centrándonos en las características geográficas del consumidor, como se indica la principal



participación de la empresa se encuentra en el mercado nacional, por lo anterior se deduce que el principal consumidor geográfico se encuentra ubicado en Colombia segmentado en las principales ciudades de este país en las que se evidencia un mayor desarrollo económico.

4.2 Análisis Investigación

El tipo de método para la investigación de mercado fue realizado mediante la encuesta, dicha encuesta fue realizada a 50 personas pertenecientes a un grupo segmentado de directores y coordinadores del departamento de compras de diversos laboratorios de Bogotá.

4.2.1 ENCUESTA

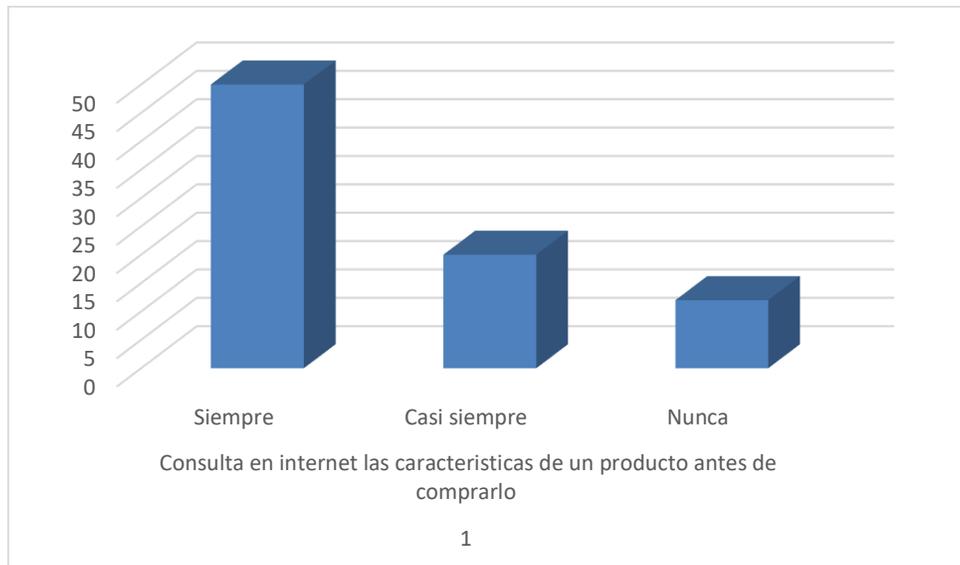
Somos estudiantes de la CUN y como opción de grado decidimos crear IMLAB. IMLAB es una aplicación para dispositivos móviles capaz de segmentar todos los equipos y consumibles que demanda el sector de laboratorios en Colombia, Dado lo anterior solicitamos de su amable colaboración contestando de la manera más sincera posible la siguiente encuesta

ENCUESTA DE SATISFACCION APLICACION TECNOLOGICA PARA REDUCIR PROCESOS Y TIEMPOS DE RESPUESTA PARA LAS PEQUEÑAS, MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS

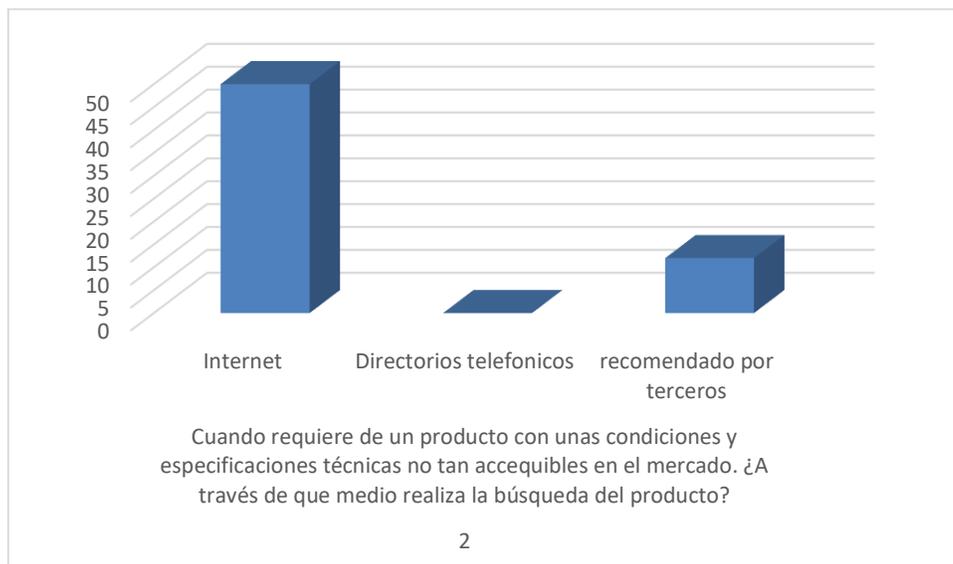
NUMERO	PREGUNTA		CANTIDAD
1	Consulta en internet las características de un producto antes de comprarlo	Siempre	50
		Casi siempre	20
		Nunca	12
2	Cuando requiere de un producto con unas condiciones y especificaciones técnicas no tan accequibles en el mercado. ¿A través de que medio realiza la búsqueda del producto?	Internet	50
		Directorios telefonicos	0
		recomendado por terceros	12
3	Si su base de datos no cuenta con un proveedor que suministre los solicitado ¿a traves de que medio realiza la busqueda de su proveedor?	Internet	50
		Directorios telefonicos	8
		recomendado por terceros	8
4	Maneja alguna aplicación que centralice los productos que demanda su empresa	Si	50
		No	26
5	Estaria interesado en que su departamento de compras cuente con una aplicación capaz de segmentar ciertos productos, haciendo de esta manera más rápida su busqueda	Si	50
		No	6
6	Si le dieran la posibilidad de descargar una aplicación movil, capaz de reunir todos los equipos y consumibles para laboratorio e industria que demanda su empresa. ¿estaria dispuesta a descargarla?	Si	50
		No	6
7	Ha utilizado alguna aplicación capaz de optimizar los recursos de su empresa, mejorar los procesos de distribución y cumplir con sus expectativas	Si	50
		No	26
8	Los procesos de calidad internos de su empresa avalarían la implementación de una aplicación móvil para ejecutar procesos de compras?	Si	50
		No	6
9	Estaria dispuesto a cambiar del mercado tradicional a un mercado digital en sus procesos de compra	Si	50
		No	9
10	Ve usted las aplicaciones móviles como herramientas se simplificación de procesos	Si	50
		No	6
11	Por último indique si su departamento de compras estaría interesado en la adquisición de una aplicación móvil que segmente y simplifique sus procesos de compra	Si	50
		No	4

4.2.1.1 Análisis de encuesta

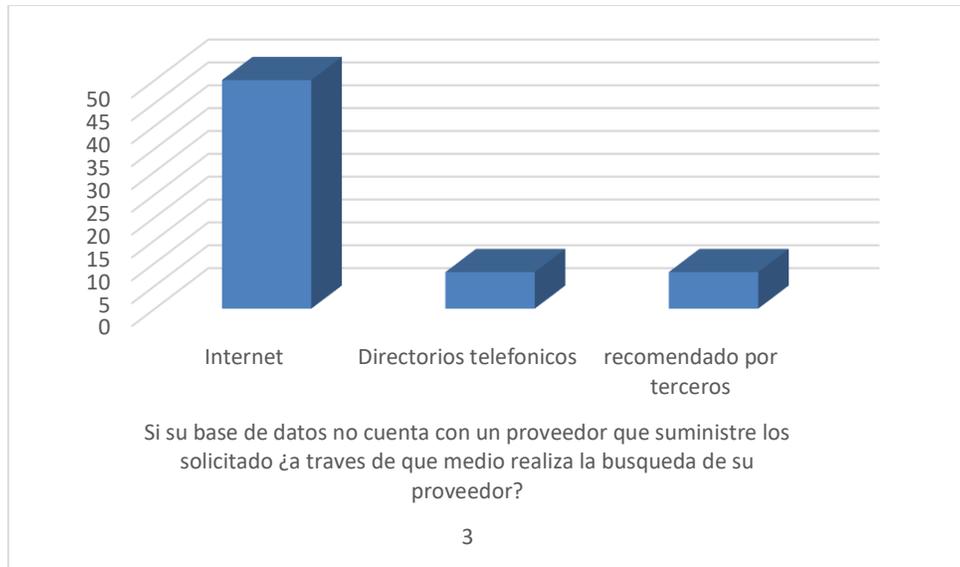
1. Consulta en internet las características de un producto antes de comprarlo



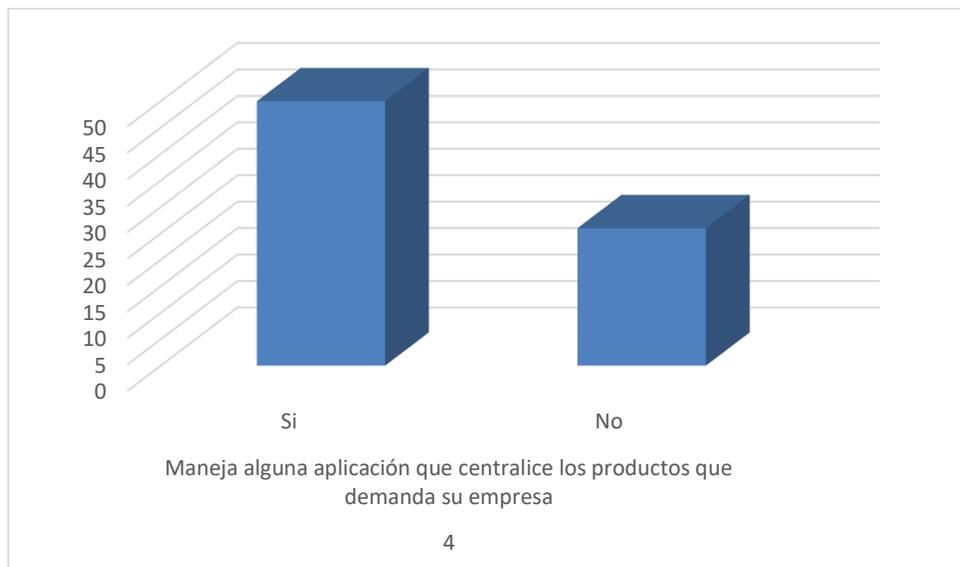
2. Cuando requiere de un producto con unas condiciones y especificaciones técnicas no tan exigibles en el mercado. ¿A través de que medio realiza la búsqueda del producto?



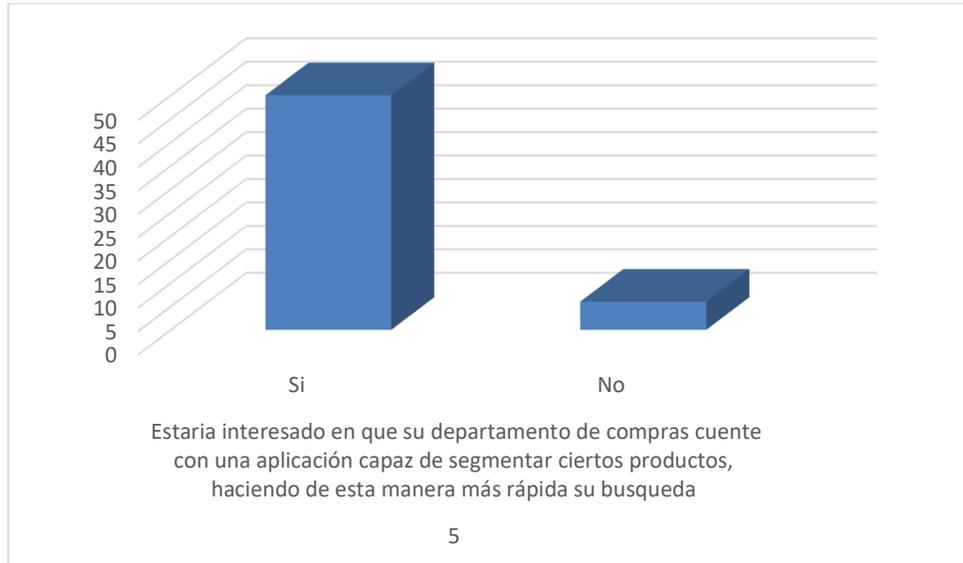
3. Si su base de datos no cuenta con un proveedor que suministre lo solicitado ¿a través de que medio realiza la búsqueda de su proveedor?



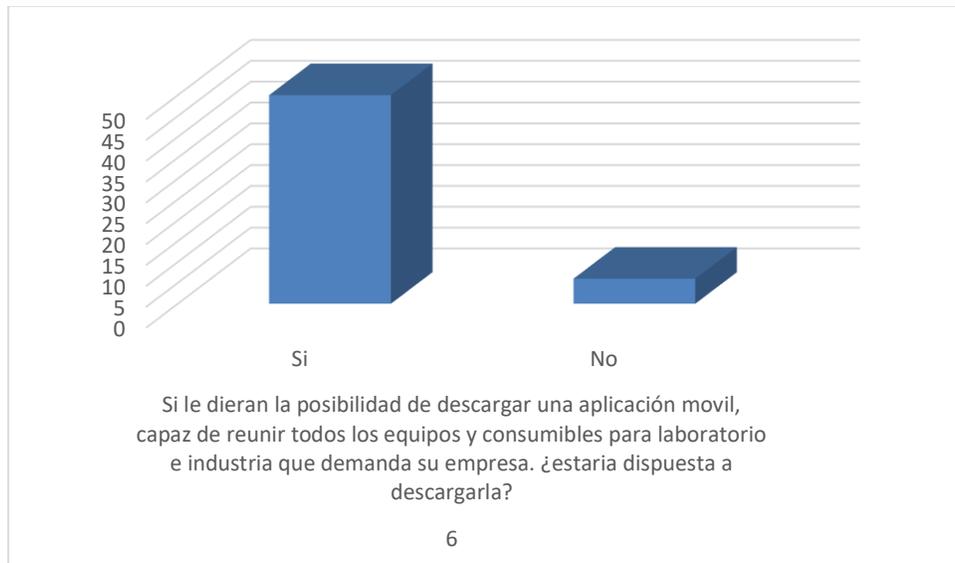
4. Maneja alguna aplicación que centralice los productos que demanda su empresa



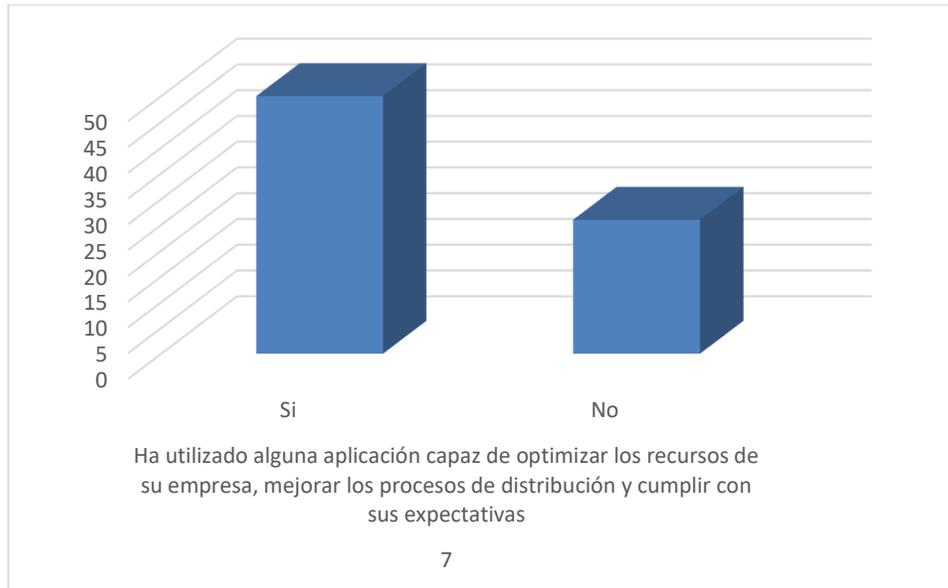
5. Estaría interesado en que su departamento de compras cuente con una aplicación capaz de segmentar ciertos productos, haciendo de esta manera más rápida su búsqueda



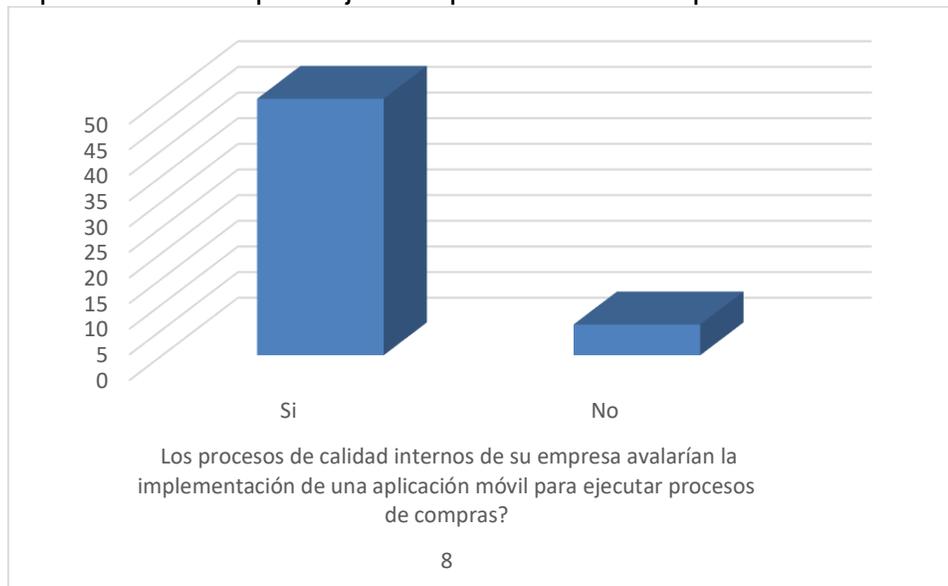
6. Si le dieran la posibilidad de descargar una aplicación móvil, capaz de reunir todos los equipos y consumibles para laboratorio e industria que demanda su empresa. ¿estaría dispuesta a descargarla?



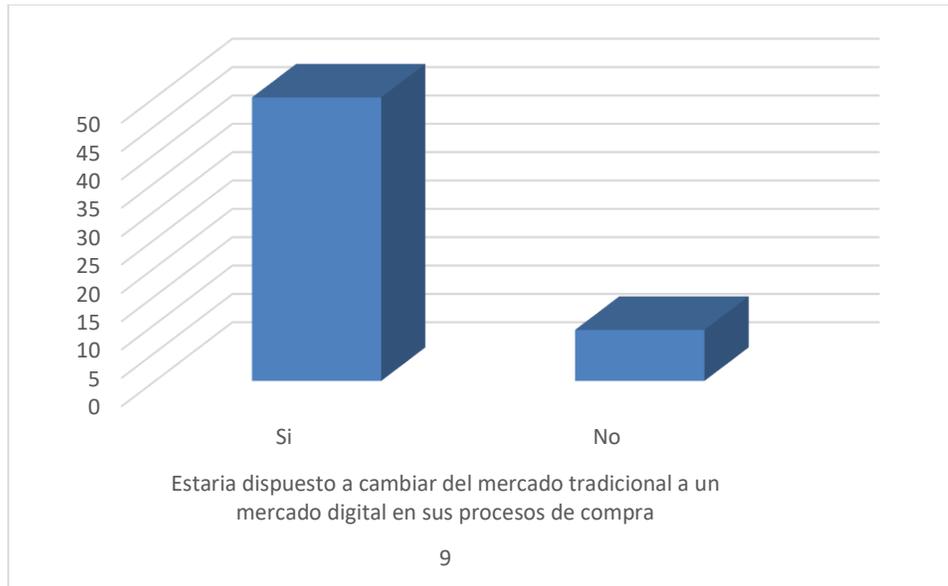
7. Ha utilizado alguna aplicación capaz de optimizar los recursos de su empresa, mejorar los procesos de distribución y cumplir con sus expectativas



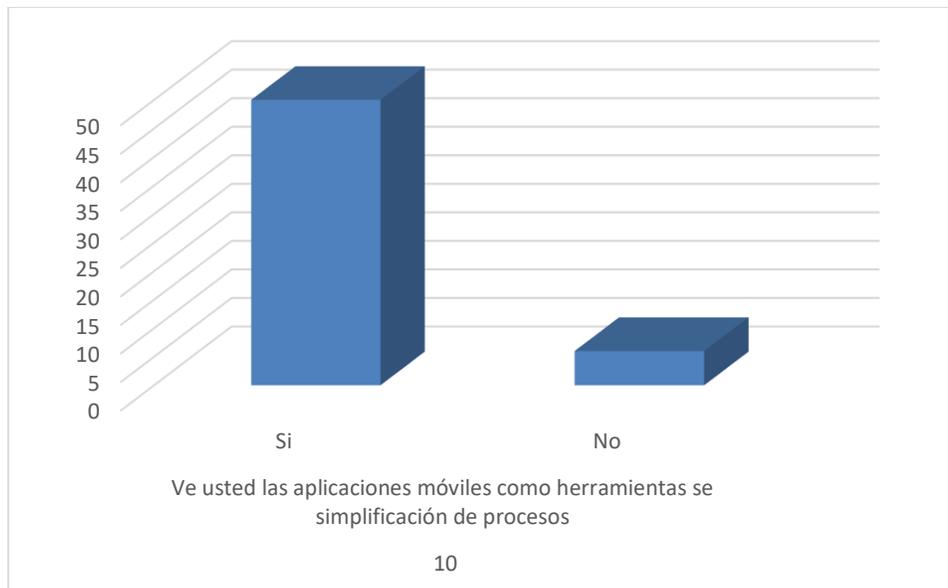
8. Los procesos de calidad internos de su empresa avalarían la implementación de una aplicación móvil para ejecutar procesos de compras



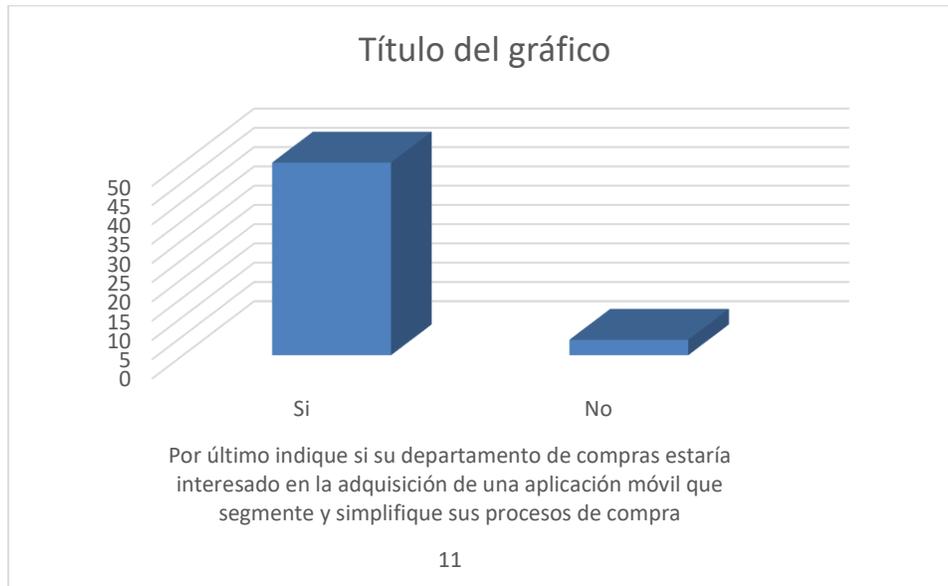
9. Estaría dispuesto a cambiar del mercado tradicional a un mercado digital en sus procesos de compra



10. Ve usted las aplicaciones móviles como herramientas de simplificación de procesos



11. Por último, indique si su departamento de compras estaría interesado en la adquisición de una aplicación móvil que segmente y simplifique sus procesos de compra



5. PROYECCION DE VENTAS

5.1 Cantidades

ESTIMACION DE UNIDADES VENDIDAS (por cada producto o servicio)														
	Año 1													
	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL	
Ventas en Cantidades	500	900	1.500	2.000	2.350	3.200	3.900	3.950	4.000	4.200	4.500	5.000	36.000	
	Año 2													
	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL	
Ventas en Cantidades	1.600	2.100	2.700	2.900	3.050	3.100	3.200	3.400	3.500	3.600	3.900	4.430	37.480	
	Año 3													
	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL	
Ventas en Cantidades	1.620	2.020	2.900	3.180	3.150	3.250	3.400	3.500	3.900	3.900	4.000	4.200	39.020	
	Año 4	Año 5					Año 4	Año 5						
Ventas en Cantidades	40.623	42.293	% crecimiento en cantidades				4,11%	4,11%						

- El proyecto va dirigido a todo Colombia
- El producto va dirigido a directores de compra de empresas industriales, que son alrededor de 6.000
- Según la tabulación realizada se detectó que un 45% consumen productos similares
- El mercado total, medido en cantidad de potenciales clientes, es de: $6.000 \times 45\% = 2.700$
- El 50% de los entrevistados estarían interesados en el producto ofertado
- Hay una cantidad potencial de clientes de: $6.000 \times 50\% = 3.000$
- Esto implica que en un año se puede llegar a vender: $3.000 \times 12 = 36.000$ aplicaciones

5.2 precios

FIJACION DE PRECIOS (por cada producto o servicio)

Producto:

Precio de referencia del mercado (1)	920.000
Mi precio ideal (2)	1.050.000

Costo total del producto (1)	403.444
Margen de ganancia proyectado (2)	50%
Precio de venta (5)	806.888

5.3 costo del producto

COSTOS VARIABLES (por cada producto o servicio)

Producto:

APLICACIÓN MOVILIMLAB

Componente	Costo
Implementación de la aplicación Anual	7.000.000
Software y licencia Anual	1.800.000
primer año se pueden vender unds	36.000
Costos Fijos en un año son de	5.724.285
Sub total (1)	244.444
% de Costos Fijos (2)	159.000
Costo total Producto (3)	403.444

5.4 Ingresos

ESTIMACION DE VENTAS (por cada producto o servicio)													
	Año 1												TOTAL
	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	
Ventas en Unidades	500	900	1.500	2.000	2.350	3.200	3.900	3.950	4.000	4.200	4.500	5.000	36.000
Precio por unidad	806.888	806.888	806.888	806.888	806.888	806.888	806.888	806.888	806.888	806.888	806.888	806.888	806.888
Ventas en pesos (o dolares)	403.444.000	726.199.200	1.210.332.000	1.613.776.000	1.896.186.800	2.582.041.600	3.146.863.200	3.187.207.600	3.227.552.000	3.388.929.600	3.630.996.000	4.034.440.000	29.047.968.000
	Año 2												TOTAL
	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	
Ventas en Unidades	1.600	2.100	2.700	2.900	3.050	3.100	3.200	3.400	3.500	3.600	3.900	4.430	37.480
Precio por unidad	840.051	840.051	840.051	840.051	840.051	840.051	840.051	840.051	840.051	840.051	840.051	840.051	840.051
Ventas en pesos (o dolares)	1.344.081.600	1.764.107.100	2.268.137.700	2.436.147.900	2.562.155.550	2.604.158.100	2.688.163.200	2.856.173.400	2.940.178.500	3.024.183.600	3.276.198.900	3.721.425.930	31.485.111.480
	Año 3												TOTAL
	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	
Ventas en Unidades	1.620	2.020	2.900	3.180	3.150	3.250	3.400	3.500	3.900	3.900	4.000	4.200	39.020
Precio por unidad	874.577	874.577	874.577	874.577	874.577	874.577	874.577	874.577	874.577	874.577	874.577	874.577	874.577
Ventas en pesos (o dolares)	1.416.814.740	1.766.645.540	2.536.273.300	2.781.154.860	2.754.917.550	2.842.375.250	2.973.561.800	3.061.019.500	3.410.850.300	3.410.850.300	3.498.308.000	3.673.223.400	34.125.994.540
	Año 4	Año 5					Año 4	Año 5					
Ventas en Unidades	40.623	42.293					4,11%	4,11%					
Ventas en pesos (o dolares)	36.988.135.206	40.091.395.592											

5.5 Costos fijos

COSTOS FIJOS (de toda la empresa)													
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Anual
Arriendo Oficina	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	7.200.000
Consumo de Agua	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	720.000
Consumo de Luz	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000
Internet y Línea Fija	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	960.000
Cuenta Corriente empresas	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	720.000
Sueldos empleados	4.104.285	4.104.285	4.104.285	4.104.285	4.104.285	4.104.285	4.104.285	4.104.285	4.104.285	4.104.285	4.104.285	4.104.285	49.251.420
Soporte técnico	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000
Vehículo de transporte	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	7.200.000
Total Costos Fijos (1)	5.724.285	68.691.420											

5.5.1 Capital de trabajo

Total costos fijos mensuales	5.724.285
Meses sin ingresos (2)	2
Capital de trabajo (3)	11.448.570
% sobre Ventas (4)	4,11%

6 CONCLUSIONES

Después de realizar una exhaustiva investigación y estudio de mercado, teniendo como referencia a una gran variedad de personas encuestadas entre las edades de los 18 hasta los 75, en donde cada uno con sus respuestas lograron hacer este estudio posible.

Se determina que es importante conocer muy bien la competencia, conocer detalladamente el producto puesto que de nuestro interés depende el éxito de nuestros esfuerzos; se ha determinado que en una gran parte de la población poco dominan e interactúan las redes sociales o las aplicaciones de internet esto en cuanto a una población adulta – mayor ya que dentro de su generación este tema se ha ido modernizando con el pasar de los años.

Tenemos una segunda generación que domina muy bien el tema y ven con muy buenos ojos la iniciativa que IMLAB S.A.S ha presentado con este estudio de mercado, básicamente lo que la compañía busca con este informe es demostrar la gran acogida que tiene la aplicación ya que muchas personas sienten de alguna manera un gran alivio al saber que con esta idea se les facilitaría de una manera considerable la parte operativa.