

SECURITY CHIP

PRESENTADO POR:

STEFANIA GONZÁLEZ CÁRDENAS

PAULA JULIANA PORRAS BELTRÁN

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

OPCIÓN DE GRADO II

GRUPO 10106

SECURITY CHIP

PRESENTADO POR:

STEFANIA GONZÁLEZ CÁRDENAS

PAULA JULIANA PORRAS BELTRÁN

PRESENTADO A:

ÀNGELA MARÌA CASTELLANOS

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

OPCIÓN DE GRADO II

GRUPO 10106

2017

## TABLA DE CONTENIDO

1. Justificación
2. Desarrollo de matriz estratégica
  - 2.1 Descripción de la idea de negocio
  - 2.2 Identidad estratégica
  - 2.3 Futuro preferido
  - 2.4 Objetivo general
  - 2.5 Objetivo específicos
  - 2.6 Valores
  - 2.7 Análisis PESTEL
  - 2.8 Análisis Porter
  - 2.9 Matriz de análisis de campos de fuerzas
  - 2.10 Matriz de despliegue estratégico generativa
  - 2.11 Cadena de valor
  - 2.12 Estrategia competitiva
3. Estudio de mercado
  - 3.1 Objetivos del estudio de mercado
  - 3.2 Definición del mercado objetivo
  - 3.3 Metodología de investigación
  - 3.4 Análisis de investigación
4. Plan de marketing
  - 4.1 Objetivos del plan de marketing
  - 4.2 Estrategia del producto
    - 4.2.1 Estrategia de marca
    - 4.2.2 Estrategia de empaque
    - 4.2.3 Estrategia de servicio post-venta
  - 4.3 Estrategia de precio
  - 4.4 Estrategia de publicidad
    - 4.4.1 Plan de medios
  - 4.5 Estrategia de promoción
  - 4.6 Estrategia de distribución
5. Conclusiones
6. Bibliografía

## INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo van a encontrar información acerca del servicio SECURITY SHIP, donde se llevó a cabo una investigación para verificar que tan viable es este servicio en el mercado. Para su elaboración se indago sobre algunos aspectos como las necesidades, los beneficios, las soluciones actuales, las conformidades, entre otras.

Hoy en día se presenta un alto índice de robo de teléfonos móvil en las grandes ciudades como Bogotá y la preocupación de sus habitantes por no tener una solución a la problemática ya que no se ha implementado un servicio efectivo que dé a las personas la confianza de poder utilizar el teléfono en cualquier lugar.

Respecto a la información anterior la empresa SECURITY CHIP dará una solución a la problemática del robo de celulares, brindando un servicio que ofrece incorporar un chip camuflado que no se pueda quitar en los dispositivos móviles, así en el caso de que lo quiten se mandara una alerta a la Policía Nacional y la localización del teléfono móvil.

Este servicio esta unificado con una aplicación que tenga el servicio de la Policía Nacional las 24 horas del día, la función de este chip es que el agente de policía pueda encontrar la ubicación del celular y con ayuda de unos códigos que tiene este chip, el dispositivo móvil no seguirá funcionando para proteger la información personal en caso de que haya sido hurtada o robada.

## 1. JUSTIFICACIÓN

Debido a la falta de seguridad que tienen los ciudadanos en cuanto a sus dispositivos móviles y la compra de celulares robados la empresa SECURITY CHIP ha implementado un servicio de antirrobo acompañado de una aplicación integrada para mayor accesibilidad al servicio.

Tiene como objetivo ofrecer un servicio de buena calidad acompañado de las autoridades competentes como en este caso es la Policía Nacional, para lograr disminuir la incidencia de robos de celulares y proporcionar un ambiente seguro a las personas que poseen un Smartphone.

La información que suministra el chip de seguridad es útil para las instituciones encargadas de la criminalidad, brindando información acerca de las modalidades de robo, los lugares donde ocurren los sucesos, y proporcionando la localización de la persona que se robó el celular o donde se venden los celulares robados, es decir en el mercado negro.

La información se piensa obtener mediante entrevistas que serán realizadas a diez personas, estudios, operaciones y estadísticas realizados por la Policía Nacional, la DIJIN, el Ministerio de las Tecnologías Informáticas y el GSMA referente a las cifras de robos de celulares en Colombia y las soluciones actuales que ofrecen frente a esta problemática que cada vez coge más auge.

## 2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATEGICA

### 2.1 DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

Es una empresa dedicada a elaborar chips, que se incorporan de manera camuflada y se conecta a los dispositivos móviles inteligentes de alta y media gama, su función es la recuperación de los mismos en caso de robo o pérdida, por medio de la localización del dispositivo, informando a través de un correo electrónico y/o la aplicación al propietario y a la policía nacional más cercana. El chip no necesita de datos móviles, solo del GPS.

### 2.2 IDENTIDAD ESTRATEGICA

La empresa Security chip vende chips de seguridad de alta calidad a empresas de telefonías móviles que tengan domicilio en Colombia y a usuarios directamente, garantizando que el producto el 100% confiable y garantizado

### 2.3 FUTURO PREFERIDO

Para el 2027 ser una empresa líder nacional; siendo reconocida en las principales ciudades de Colombia con el chip de seguridad para dispositivos móviles inteligentes.

### 2.4 OBJETIVO GENERAL

El objetivo de la empresa es ser reconocida en las principales ciudades de Colombia, con la comercialización del chip de seguridad para dispositivos móviles, ofreciendo una buena calidad del servicio para los consumidores, generando utilidades a corto, mediano y largo plazo

### 2.5 OBJETIVO ESPECIFICOS

- ⊗ Implementar estrategias que permitan la fidelización de los clientes a nuestra marca, por medio de un servicio y producto de calidad
- ⊗ Alcanzar una rentabilidad estable, que le permita a la empresa tener mejoras continuas, para mejorar la competitividad en los mercados
- ⊗ Llevar a cabo un plan y control de la producción a través de unas estrategias a fin de mantener y mejorar la calidad de nuestro producto.
- ⊗ Lograr el reconocimiento de la marca, a través de unas estrategias a mediano para para garantizar nuestra competitividad en el mercado por medio de nuestras ventajas comparativas y competitivas.

## 2.6 VALORES

- ☼ Trabajo en equipo
- ☼ Honestidad
- ☼ El respeto
- ☼ Calidad
- ☼ Compromiso
- ☼ Integración
- ☼ Disciplina
- ☼ Responsabilidad

## 2.7 ANALISIS PESTEL

### POLÍTICOS

- ❖ Por medio del Ship de seguridad, bajar los índices de robo en las ciudades
- ❖ El Ship va a ser ecológico (reutilizable) no dañino para el medio ambiente.
- ❖ Conocer los cambios políticos a nivel nacional e internacional.
- ❖ Informarnos acerca de las políticas fiscales que tiene cada país con los que vamos a hacer contrato.

### ECONOMICOS

- Situación económica del país a nivel nacional e internacional.
- Ciclos de mercado con las empresas que se tienen convenio a nivel nacional e internacional.
- Impuestos que genera el Ship antirrobo en diferentes países.
- El alto endeudamiento que tiene la elaboración del producto.

### SOCIAL

- ✓ Mejorar las condiciones de seguridad para la sociedad
- ✓ Apoya la Policía Nacional

- ✓ Brinda un sistema diferente y único para los dispositivos móviles inteligentes.
- ✓ Satisface una necesidad social del consumidor con el Ship antirrobo

## TECNOLOGÍCO

- Innovación del sistema antirrobo.
- Funciona para cualquier dispositivo móvil inteligente.

## ECOLOGICOS

- Problemas medioambientales
- Políticas medioambientales
- Amigabilidad con el medio ambiente
- Tratamiento de residuos
- Consumo de energía

## LEGAL

- Legislación laboral
- Seguridad de productos
- Reglamentación nacional
- Legislación tributaria

## 2.8 ANALISIS PORTER

Es una empresa colombiana que ofrece un ship de seguridad para todos los dispositivos móviles inteligentes con GPS, se caracteriza por ser un producto innovador pero con un elevado costo para las empresas que deseen adquirirlo, ya que aporta un valor agregado a los productos en lo que se quiera incorporar el ship, en las ciudades bajarían los índices de robo de los dispositivos móviles.

## RIVALIDAD



La rivalidad de la empresa Security Ship es baja, ya que solo ofrecen servicios de aplicaciones que necesitan datos móviles para que sea efectiva, nuestra principal competencia en este ámbito es CM SECURITY, también vendríamos a competir con el mismo sistema que tiene las propias empresas de telefonía como es el ejemplo de Sony, el sistema en caso de pérdida que esta compañía y la mayoría de las empresas de telefonía móvil tienen solo funcionan con datos móviles, por el cual se puede considerar un sistema ineficiente y se ve reflejado en los índices de robo de dispositivos móviles.

#### AMENAZA DE LOS NUEVOS PARTICIPANTES

La amenaza de los nuevos participantes es alta ya que es un producto innovador y es un mercado con poca rivalidad de servicios de antirrobo en la actualidad, por eso la creación de nuevas compañías que pueden ofrecer nuestro producto en el futuro es alto, pero la inversión financiera y la funcionalidad del producto se puede considerar que es baja, ya que necesitan personal calificado y con experiencia en temas de ingeniería para poder elaborar el artículo.

#### EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES ES BAJA

El poder de negociación de los clientes es bajo, ya que no tiene una amplia variedad de opciones, el Ship de seguridad es nuevo en el mercado, con características de innovación, por lo que nuestra empresa no tiene competencia directa y genera que los clientes tengan una limitación en la negociación.

#### AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

La amenaza de productos sustitutos es alta, ya que en el mercado no hay un producto que sea igual o se asemeje al Ship de seguridad, por ello la elaboración de productos más innovadores que el de nuestra empresa es alta y puede generar amenazas altas en un futuro.

#### LOS PROVEEDORES

Los proveedores no poseen un poder de negociación alto, ya que hay muchas empresas que proporcionan los materiales que necesitamos para la elaboración del Ship de

seguridad, de esta manera contribuye a aumentar el poder de la empresa sobre los proveedores, para posteriormente formar políticas estratégicas a largo plazo con los proveedores, así la empresa obtiene ventajas en la adquisición de los materiales.

## 2.9 Matriz de análisis de campos de fuerzas

ANALISIS DE CAMPOS DE FUERZA	
FUERZA IMPULSORA	FUERZA RESTRINGENTE
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto innovador</li> <li>- Buen precio</li> <li>- El producto ofrece una garantía del 100%</li> <li>- Exclusividad del producto</li> <li>- Poca competencia de compañías que ofrezcan productos iguales</li> <li>- Oportunidades de expansión</li> <li>- Tecnología nueva</li> <li>- Contacto directo con las empresas</li> <li>- Crecimiento a nivel internacional y nacional</li> <li>- Solución a una problemática a la sociedad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocimiento del producto</li> <li>- Competencia indirecta</li> <li>- Fondos financieros bajos</li> <li>- Impuestos nacionales</li> <li>- Impacto medioambiental</li> <li>- Competencia desleal</li> <li>- Personal poco capacitado para la elaboración del chip</li> <li>- Empresas con productos sustitutos a un menor costo</li> </ul>

## 2.10 MATRIZ DE DESPLIEGUE ESTRATÉGICO GENERATIVA

Estrategias entre factores impulsores y restringentes	Estrategia de factores impulsores
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Con la poca competencia en el mercado la empresa tiene el derecho de negociación con los clientes acerca del producto</li> <li>2. Con el crecimiento de la empresa en nuevos mercado la empresa puede tener más recursos financieros para la capacitación del personal</li> <li>3. El ship contiene unos materiales nocivos para el medio ambiente, pero es reutilizable en cualquier dispositivo móvil inteligente, lo que da una buena solución al problema del robo de celulares en la sociedad.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ya que la competencia necesita de datos móviles para que el servicio de antirrobo funcione, crea una oportunidad de mercado frente a otras empresas.</li> <li>2. El contacto directo con las empresas (B2B) creara un crecimiento nacional e internacional, estableciendo lazos de lealtad y fidelidad con nuestros clientes.</li> <li>3. La empresa SECURITY SHIP proporciona una solución al problema de robos de dispositivos móviles que otras empresas no proveen.</li> </ol>
Estrategias de factores restringentes	Estrategias entre factores restringentes e impulsadoras
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dar una mejor capacitación a los empleados para mejorar el servicio y el producto de la empresa, así tener una ventaja competitiva que se vea reflejada en la calidad del producto y sea una desventaja para las empresas que ofrecen servicios sustitutos.</li> <li>2. La empresa no ofrece materiales amigables con el medio ambiente pero si es reutilizable, lo que no genera residuos que puedan contaminar y dependiendo de las políticas económicas de cada país puede haber una reducción de impuestos.</li> <li>3. La competencia desleal en el mercado puede generar amenazas para la empresa, por lo que se busca que la calidad del producto se vea reflejada a un 100% ante los ojos del cliente y no genere discordia con el precio.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nuestra empresa tiene una ventaja competitiva ya que es un producto innovador y no necesita datos móviles, solo el GPS, por lo que la competencia no genera un mayor impacto en nuestros mercados.</li> <li>2. La empresa SECURITY SHIP maneja el contacto directo con los clientes y una exclusividad en el producto, por lo que el comportamiento anticompetitivo de otras empresas no genera un gran impacto en los mercados.</li> <li>3. La exclusividad del producto genera una ventaja por que provee una solución a un problema actual de la sociedad, Lo que puede generar una recompensa en el pago de los impuestos.</li> </ol>

## 2.11 CADENA DE VALOR

<b>INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA</b> Comercialización del chip Administración para tener un control, organización dentro de la empresa Contabilidad para registrar, clasificar las operaciones de la empresa Comunicación de datos financieros, sociales, ambientales. asuntos legales y gubernamentales Costos y presupuesto				
<b>GESTION DE RECURSOS HUMANOS</b> Capacitación de personal con experiencia en software y tecnología Mano de obra Políticas de despido y promoción				
<b>DESARROLLO TECNOLOGICO</b> Seguridad del producto y del proceso de fabricación. Conectividad entre el distribuidor y el cliente.				
<b>APROVISIONAMIENTO</b> Manejo de inventario con base a proyecciones de producción. Proveedores. Pagos de servicio públicos.				
<b>LOGISTICA INTERNA</b>  Almacenamiento de materiales.  Control de inventarios.	<b>OPERACIONES</b>  Uso de economías de escala para reducir los costos de producción.	<b>LOGISTICA EXTERNA</b>  Almacenamiento de productos terminados, traslado hasta los distribuidores.	<b>MARKETING Y VENTAS</b>  Muestra del chip en los puntos de distribución, pagina web, participación en eventos.	<b>SERVICIOS</b>  Administración de relaciones con los clientes.  Recepción de sugerencias y quejas para una mejor calidad en el servicio.

### 2.11 ESTRATEGIA COMPETITIVA

- ✚ Estrategia de bajos costos, teniendo en cuenta que el producto es único en el mercado, se vende a un costo bajo para que vaya cogiendo reconocimiento en el mercado, teniendo un costo mas bajo en los

primeros meses para el lanzamiento del producto, donde la empresa quede en punto de equilibrio.

- ✚ Estrategia de diferenciación, tenemos una ventaja frente a las demás empresas que puedan ofrecer servicios o productos similares, ya que nuestro producto es exclusivo y único en el mercado lo que genera mayores ventas.
- ✚ Estrategia de atraer clientes por medio de ferias de tecnología, con pequeñas demostraciones del producto y degustaciones.
- ✚ Ubicación estratégica cerca de los centros comerciales y puntos de venta de tecnología como Apple, Sony, Ktronix, Alcosto, Éxito, Falabella, entre otros
- ✚ Servicios de garantía del 100% y mantenimiento si lo requiere

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- ☼ Cuál es el costo que estarían dispuestos a pagar las personas por el producto
- ☼ Cuál es la oferta que existe actualmente con referencia a nuestro producto
- ☼ Que productos hay similares en el mercado actualmente
- ☼ Cuál es el grado de satisfacción que tienen con los sistemas anti-robos que existen en la actualidad

#### 3.2 DEFINICION DEL MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo son personas que tengan dispositivos móviles inteligentes de media y alta gama y a empresas que tengan domicilio en Colombia que vendan este tipo de productos.

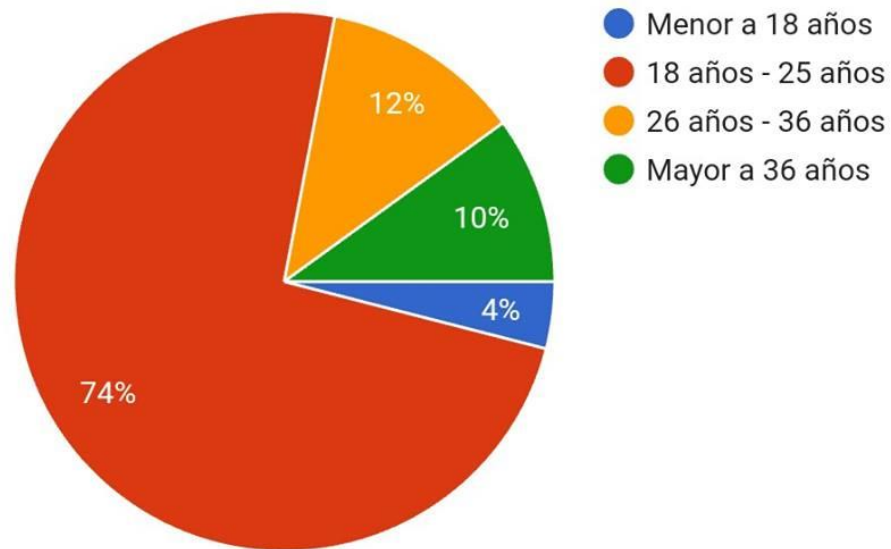
#### 3.3 METODOLOGIA DE INVESTIGACION

La metodología de investigación que se utilizó fueron las encuestas realizadas a 60 personas mayores de 18 años por medio de google docs, donde se determinó el costo del producto, el grado de satisfacción que tienen actualmente con los sistemas antirrobo que ofrecen en la actualidad, y de fuentes secundarias como informes de las empresas que ofrecen productos o servicios similares al chip de seguridad, el DANE y el PIB. Se realizó una entrevista a 10 personas en las edades de 18 a 45 años a padres y estudiantes de la universidad CUN.

#### 3.4 ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN

## ¿Usted que edad tiene?

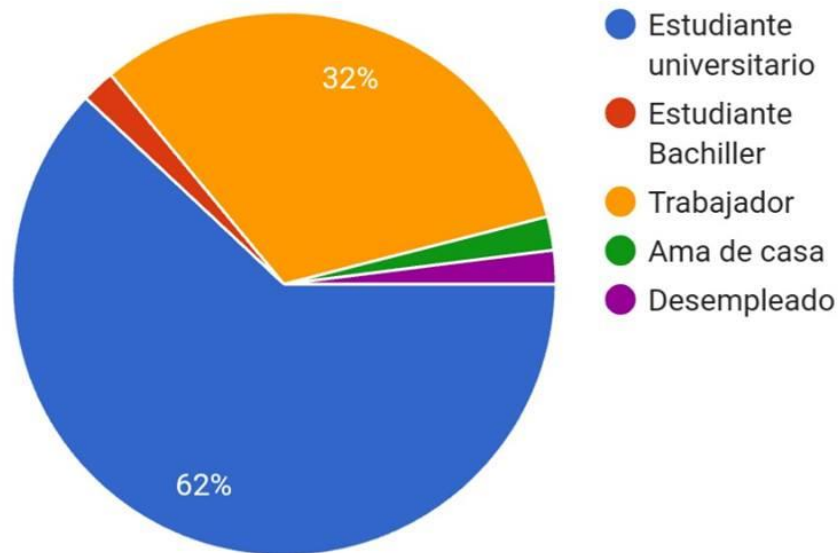
(50 respuestas)



Las encuestas se realizaron a personas de todas las edades con énfasis en las edades entre 18 años a 25 años dando un porcentaje del 74%, seguido por un 12% de edades entre 26 años y 36 años, posteriormente con un 10% mayores a 36 años y por último un 4% menores de 18 años.

# ¿Cual es su ocupación?

(50 respuestas)

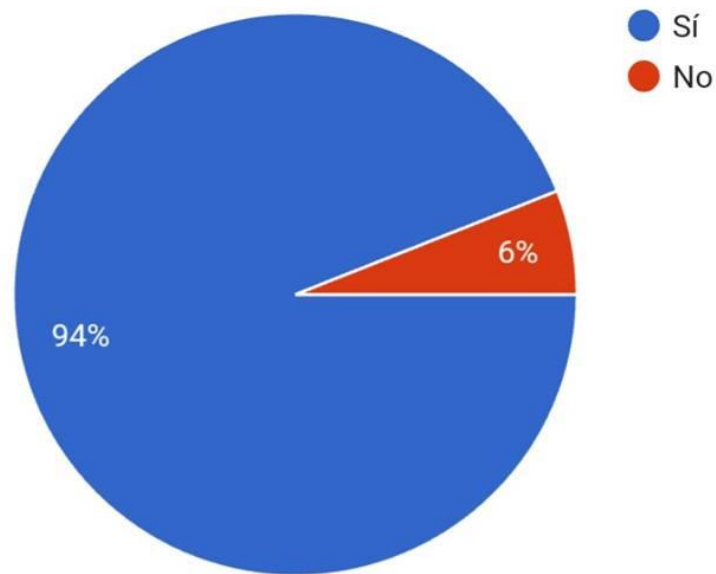


En la gráfica podemos observar que el 62% de los encuestados son estudiantes universitarios, el 32% con trabajadores y las opciones de respuesta restantes tuvieron un 2% cada uno como: desempleado, ama de casa y estudiante bachiller.



# ¿Usted tiene algún dispositivo móvil inteligente?

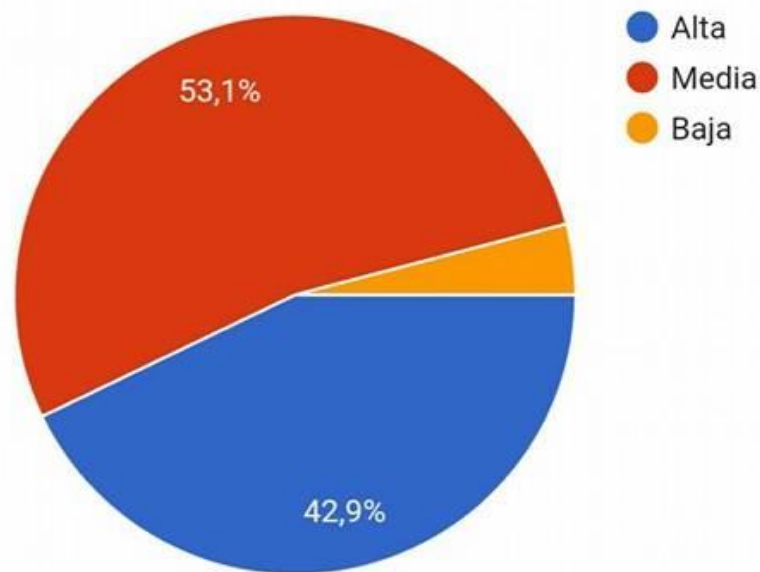
(50 respuestas)



En esta grafica podemos observar que la mayoría de las personas encuestadas si tienen un dispositivo móvil inteligente, lo que hace rentable el producto, mientras que el 6% no tiene un dispositivo móvil inteligente.

## ¿Qué gama de dispositivo móvil inteligente tiene?

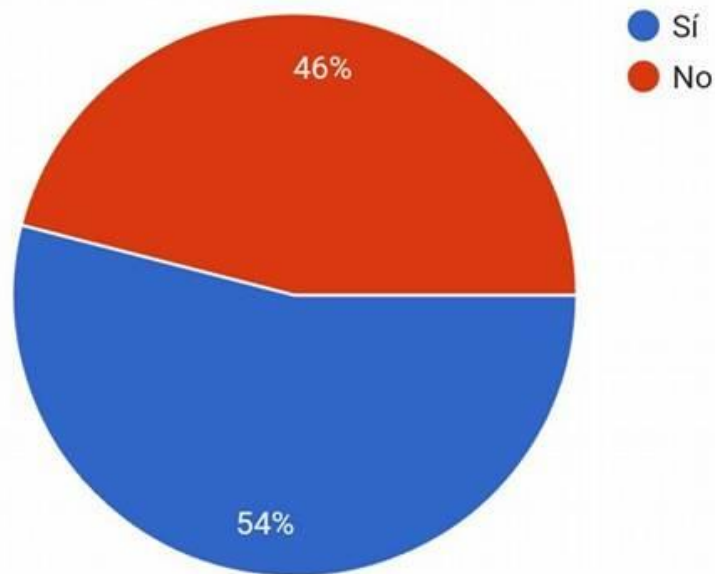
(49 respuestas)



En la gráfica el 53,1% de las personas tienen un dispositivo móvil inteligente de media gama y el 42,9% tienen dispositivos de alta gama, lo que demuestra que la mayoría de las personas tienen gamas media – altas, lo que hace más rentable el producto ya que va dirigido a dispositivos móviles inteligentes con gamas medias y altas gamas, mientras que el 4% tiene dispositivos de baja gama.

## ¿Alguna vez ha sido víctima del robo o pérdida de su dispositivo móvil inteligente?

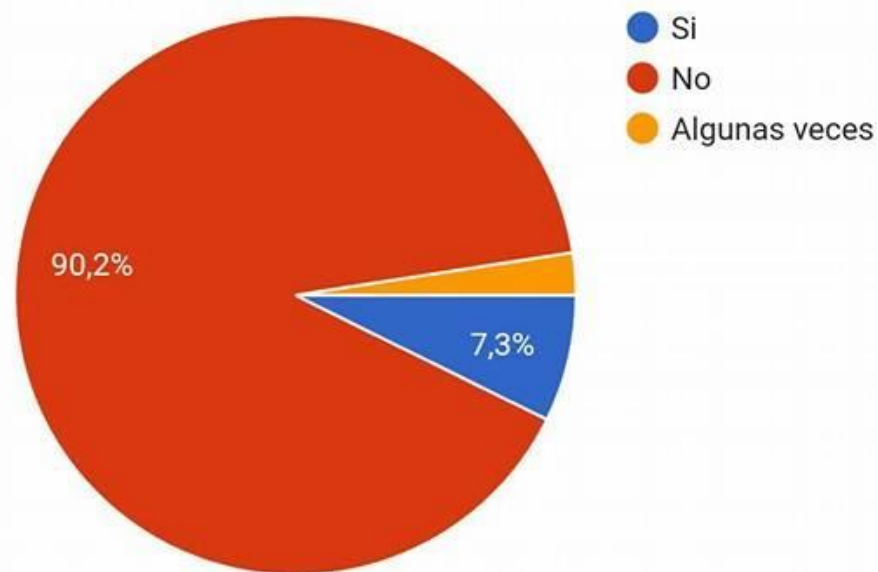
(50 respuestas)



En la gráfica podemos observar que el 54% de los encuestados si han sido objeto de robo o pérdida de los dispositivos móviles inteligentes, mientras que el 46% de las personas que fueron encuestadas no han sido objeto de estos hechos, lo que demuestra la gran deficiencia de los sistemas antirrobo que existen actualmente.

## ¿En caso de que la respuesta anterior fuera Si, ha recuperado su dispositivo móvil inteligente?

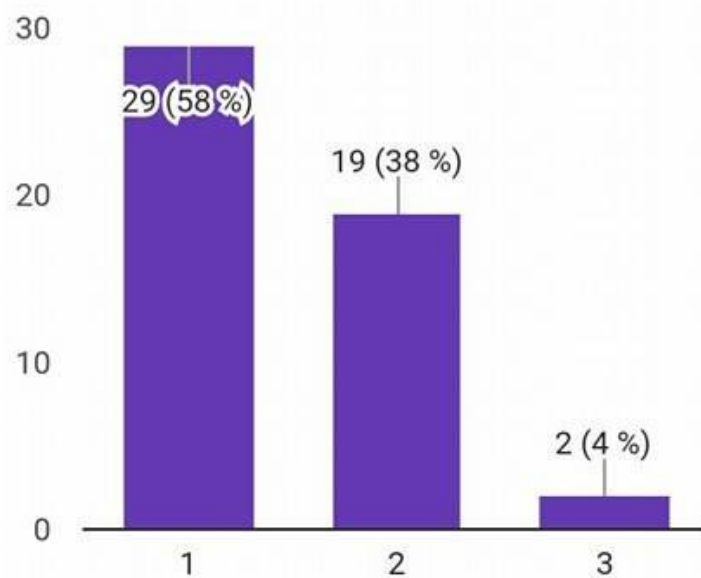
(41 respuestas)



En la gráfica podemos observar que el 90,2% de las personas que han sido objeto de robo o pérdida de sus dispositivos móviles inteligentes, el 7.3% si lo han recuperado y el 2,5% algunas veces, lo que demuestra que si hay viabilidad en el producto por que esta dando la solución a una problemática de la sociedad.

## ¿Qué grado de satisfacción tiene con los sistemas de antirrobo que existe actualmente?

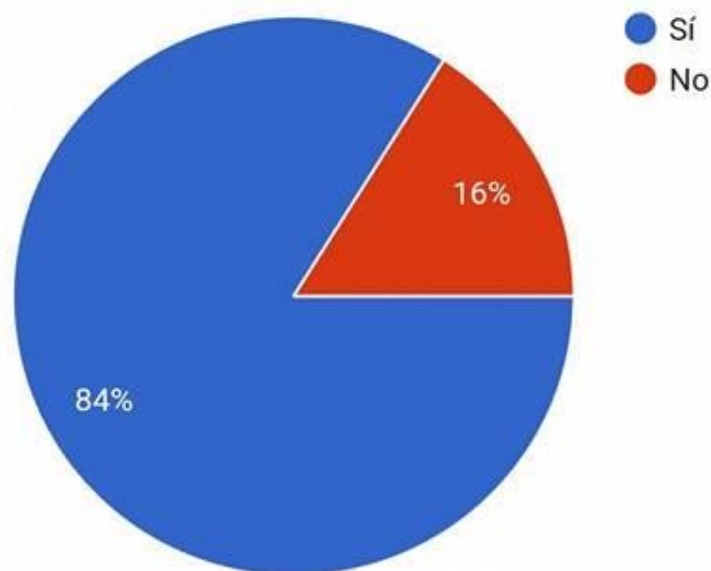
(50 respuestas)



En la gráfica podemos ver que la opción 1 que representa la respuesta de "malo" tiene el 58%, mientras que el 38% tienen satisfacción de nivel "medio" y el 4% con el nivel más bajo, piensa que los sistemas antirrobo que existen actualmente son buenos. Lo que demuestra que la mayoría se sienten inconformes con los sistemas de antirrobo que ofrecen actualmente.

¿Usted estaría dispuesto a comprar un chip de seguridad para sus dispositivos móviles inteligentes, sin la necesidad de tener datos móviles ?

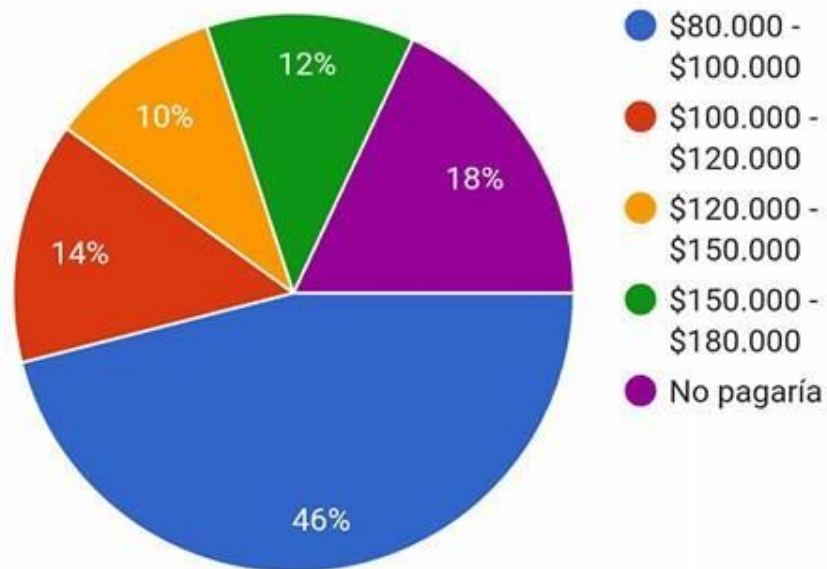
(50 respuestas)



Lo que podemos observar en la gráfica es la viabilidad del producto, el 84% de las personas encuestadas estarían dispuestas a comprar un chip de seguridad para sus dispositivos móviles inteligentes, mientras que el 16% no están interesados en adquirir el producto.

# ¿Usted cuánto estaría dispuesto a pagar por un chip de seguridad para su dispositivo móvil inteligente?

(50 respuestas)



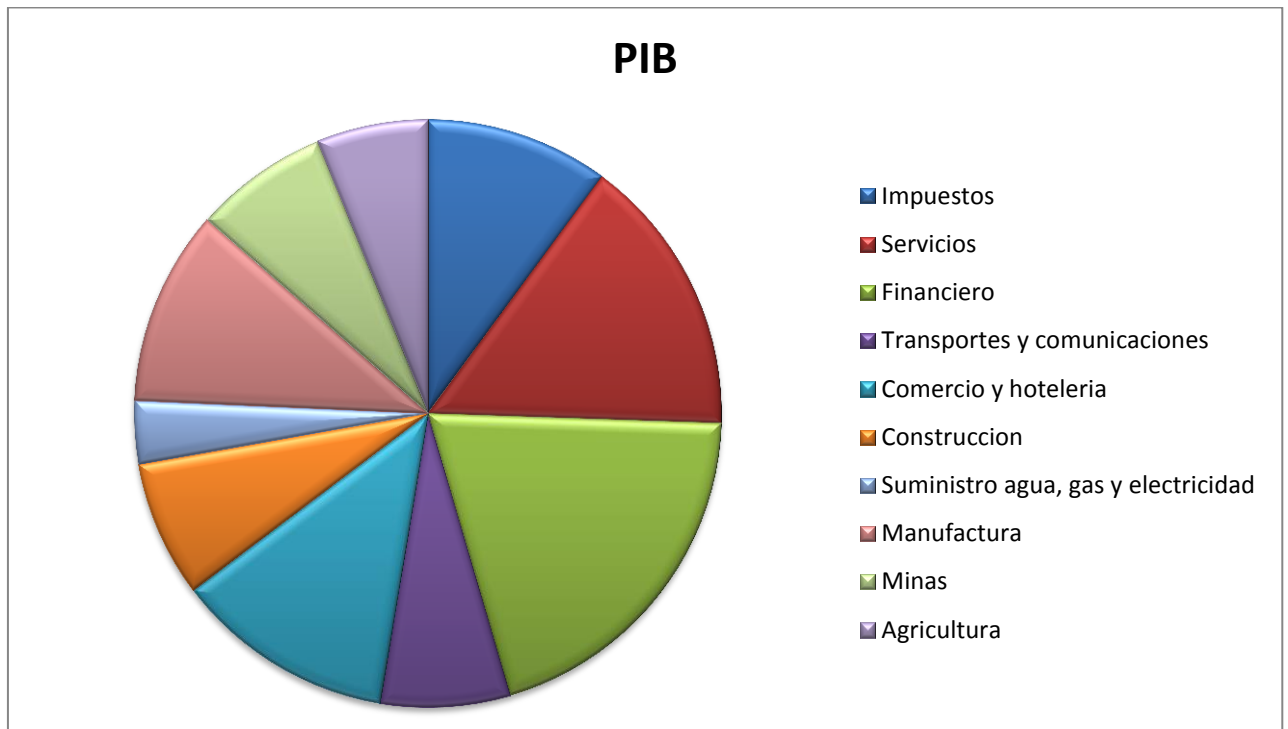
En la gráfica anterior podemos ver que la mayoría de las personas con un 46%, solo estarían dispuestas a pagar en un rango entre \$80.000 a \$100.000 pesos, mientras que el 18% no pagaría por este producto, siguiendo con el 14% que estarían dispuestas a pagar entre \$100.000 a \$120.000 pesos, siguiendo con un 12% con un rango de precios entre \$120.000 a \$150.000 y por último tenemos un 10% de personas que estarían dispuestas a pagar el rango más alto que va desde \$150.000 a \$180.000 pesos.

## RESULTADOS FINALES DE LAS ENCUESTAS

Como resultados finales de las encuestas podemos observar que las personas con rangos de edades entre 18 años hasta 36 años con ocupaciones de

estudiantes universitarios y que tengan un trabajo serian nuestro nicho del mercado, los resultados revelan que si hay viabilidad en el producto, ya que la mayoría de las personas han sido objeto de pérdida o robo de sus dispositivos móviles inteligentes y no lo pudieron recuperar, lo que genera un grado de satisfacción muy bajo con los sistemas antirrobo que ofrecen en la actualidad, por ende si estarían dispuestos a pagar por un chip que les garantice 100% que van a recuperar los dispositivos con un rango en el precio de \$80.000 a \$120.000 pesos.

→ PIB



Impuestos	10,05%
Servicios	15,35%
Financiero	19,86%
Transporte y comunicaciones	7,10%
Comercio hotelería	12,04%
Construcción	7,47%
Suministro gas, agua y electricidad	3,45%



Manufactura	10,70%
Minas	7,37%
Agricultura	6,11%

La empresa SECURITY CHIP se posiciona en el sector de transporte y comunicaciones, que equivale al 7,10% en el PIB en Colombia, proporcionando la prestación de un chip de seguridad que disminuya la incidencia de robos en el país, lo que demuestra que en Colombia no hay muchas empresas dedicadas a la tecnología, por lo que es algo beneficioso para la empresa, por la baja competitividad que hay en el sector.

→ DANE

Una encuesta a hogares realizada conjuntamente con el Departamento Nacional de Planeación, en las ciudades de Bogotá Cali y Medellín. Su objetivo principal es caracterizar aspectos relacionados con la criminalidad, que permitan a las autoridades competentes tomar decisiones en el corto y mediano plazo, con relación al control, prevención y seguimiento del delito, y medir la criminalidad no denunciada en las ciudades objeto de estudio.



INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

Cuadro 1.

Cantidad de delitos y contravenciones consumados ocurridos con mayor frecuencia, en la ciudad de Bogotá, según tipo de delito y contravención

	Total	
	Cantidad	cve
DELITOS	530872	4,1
Hurto a Personas	383179	4,3
Hurto a Residencias	69052	8,2
Cohecho por dar u ofrecer	18163	17,7
Hurto Automóvil	5986	14,8
CONTRAVENCIONES	28790	9,5
Riñas y Golpes	13604	12,6
Reuniones Ruidosas	6014	21,3
Arrojar basura en sitio público	2531	26,2
A quien amenace personas del barrio	2140	45,3

## → Entrevista

Las personas que fueron entrevistadas no tienen conocimiento sobre las aplicaciones de antirrobo y por ello no las usan, otras personas no ven la necesidad de usar ese tipo de aplicaciones. Los métodos que dan para estos tipos de servicio no son de buena calidad, las personas necesitan es informarse más acerca de estas aplicaciones y servicios que hay para este tipo de robos. (El formato de la entrevista se puede ver en los anexos)

## 4. PLAN DE MARKETING

### 4.1 OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

#### Crecimiento

- Aumentar la rentabilidad a través del desarrollo de nuevos mercados
- Elaborar nuevos productos para la clientela
- Aumentar las ganancias y reducir costos

#### Ventas

- Aumentar las ventas mensuales en un 10%
- Obtener nuevos clientes
- Aumentar la cantidad total promedio de cada venta por medio de la técnica up - selling

#### Posicionamiento

- Elevar el reconocimiento de la marca
- Ser líder en el mercado
- Posicionamiento en la calidad del mercado

### 4.2 ESTRATEGIA DEL PRODUCTO

- El diseño del envase y etiqueta del producto

- Es un producto innovador al mercado, por lo que le tiene un plus frente a la competencia, hay que resaltar esas características que lo hacen diferente a los demás
- La calidad del producto que se ofrece.
- Estrategias de mercadotecnia específicas para el reconocimiento del producto
- Demostraciones del producto
- Incorporar una marca llamativa y de fácil recordación.
- El precio que sea favorable y aceptado por los clientes

#### 4.2.1 ESTRATEGIA DE MARCA

- ☼ Resaltar los beneficios que genera el producto, que ninguna otra empresa pueda ofrecer
- ☼ Destacar que los productos son 100% garantizados y de buena calidad
- ☼ Demostrar la solución al problema que existe con la recuperación de los dispositivos móviles inteligentes en caso de pérdida o robo.

#### 4.2.2 ESTRATEGIA DE EMPAQUE

- ✧ El empaque va a ser ligero y pequeño para fácil portación
- ✧ Va a ser elaborado con materiales reciclables.
- ✧ El empaque puede ser reutilizable.

#### 4.2.3 ESTRATEGIA DE SERVICIO POST VENTA

- ✚ Lograr la fidelización (que se convierta en nuestro cliente frecuente), y que nos recomiende con otros consumidores ( voz a voz)
- ✚ Promocionales: descuentos especiales por ser un cliente antiguo

- ✚ Psicológicos: obsequios por la compra, hará sentir importante al cliente
- ✚ De seguridad: garantías del producto, que incluya devoluciones o cambios.
- ✚ Soporte: mantenimiento del producto
- ✚ Seguimiento personalizado del producto, el grado de satisfacción que tuvo con el producto

#### 4.3 ESTRATEGIA DE PRECIO

- El precio de los primeros días de venta de producto va a ser en el punto de equilibrio para poder captar la atención del cliente
- Para los días posteriores se va a utilizar la estrategia de penetración, consiste en la entrada de un producto de alta calidad al mercado con un precio más bajo de lo esperado.
- Para la venta directa de las empresas, se va a ser una atención en el precio con comprar mayores a 20 chips.

#### 4.4 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

Por medio de campañas ,eventos y de las redes sociales, que nos permita lograr una respuesta concreta que queremos provocar en el público objetivo

##### 4.4.1 PLAN DE MEDIOS

###### ➔ Redes sociales

- Facebook: Los anuncios que más destacan son las historias patrocinadas o anuncios relevantes. Los anuncios pueden enlazar con páginas web, eventos o aplicaciones.
- Twitter: Cuenta con cinco tipos de formatos a la hora de cómo anunciarse: ;Interacciones con tweets, Clics en el sitio web o conversiones, Instalación de Apps e interacciones con Apps, Seguidores y Clientes potenciales”
- Instagram: Permite promocionar imágenes para alcanzar una mayor audiencia.

###### ➔ Redes empresariales

- LinkedIn: Entrega mensajes relevantes y personalizados directamente a los buzones de LinkedIn

#### ➔ Internet

- Buscadores: La gran mayoría de personas acude a un buscador, por lo que los buscadores suelen derivar visitantes muy interesados en lo que un sitio web ofrece.
- Programas de anuncios: Son programas que permiten colocar un anuncio en páginas web relacionadas con el tema. se logra atraer un volumen grande visitantes interesados en lo que un sitio web ofrece.

#### ➔ Campañas

- Colocar stands de producto en centros comerciales, cerca de las tiendas de tecnología, dando demostraciones del producto

#### ➔ Eventos

- Participar en eventos universitarios, de tecnología y ferias que se presenten anuales que tengan que ver con nuestro público objetivo y nuestros productos.

### 4.5 Estrategias de promoción

- Neuromarketing: es una disciplina que se centra en analizar cómo funciona el cuerpo y el cerebro humano y aprovechar estas reacciones para conseguir una venta
  - Precios acabados en '99: Suelen tener un efecto psicológico que hace que nos parezcan más baratos.
- Se incentiva a los vendedores por medio de comisiones a que lo promuevan de mejor manera
- Cupones de descuento
- Dar la opción de sacar un crédito sin interés, solo presentando la cedula.
- Descuentos porcentuales por tiempos limitados
- Incentivos de reducción de costos por comprar al por mayor
- Exponer el plus de nuestro producto al mercado

### 4.6 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION

- Canales directos con compradores
- Distribución a empresas con pocos intermediarios

## 5. CONCLUSIONES

1. Como resultado de la investigación es posible concluir que con el servicio de antirrobo se bajarían los índices de robo de los dispositivos móviles.
2. Con este servicio se daría una posible solución a un problema que surge actualmente que es el robo de celulares, creando un ambiente más sano para los ciudadanos.
3. SECURITY SHIP es un servicio innovador que le proporcionará una mejor respuesta y mejor información acerca de su celular cuando ha sido robado.
4. Se puede ver que actualmente existe una gran variedad de aplicaciones y métodos de antirrobo de celulares pero la cuestión es que esas aplicaciones y métodos no son tan viables o les falta algo que los mismos ciudadanos no quedan satisfechos.

## 6 BIBLIOGRAFIA

1. Dane – producto interno bruto trimestre del 2016  
<http://www.dane.gov.co/index.php/52-espanol/noticias/noticias/3841-producto-interno-bruto-pib-ii-trimestre-2016>
2. Dane – datos generales  
<http://www.dane.gov.co/>
3. Policía Nacional de Colombia – celulares recuperados  
<https://www.policia.gov.co/celulares-recuperados>
4. Urna de cristal – recuperación de celulares robados  
<http://www.urnadecristal.gov.co/gestion-gobierno/como-recuperar-celular-robado>
5. Crece negocios – Estrategias de marketing  
<http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>



## ANEXOS

### Formato de las encuestas

#### SECURITY SHIP

La empresa SECURITY CHIP ofrece un chip antirrobo camuflado para los dispositivos móviles inteligentes que dará la ubicación en caso de pérdida o robo, sin necesidad de datos móviles, brindando un servicio en conjunto con la Policía Nacional

\*Obligatorio

¿Usted que edad tiene? \*

- Menor a 18 años
- 18 años - 25 años
- 26 años - 36 años
- Mayor a 36 años

¿Cual es su ocupación? \*

- Estudiante universitario
- Estudiante Bachiller
- Trabajador
- Ama de casa
- Desempleado

¿Usted tiene algún dispositivo móvil inteligente? \*

- Sí
- No

¿Qué gama de dispositivo móvil inteligente tiene?

- Alta
- Media
- Baja

¿Alguna vez ha sido víctima del robo o pérdida de su dispositivo móvil inteligente? \*

- Sí
- No

¿En caso de que la respuesta anterior fuera SI, ha recuperado su dispositivo móvil inteligente?

- Si
- No
- Algunas veces

¿Usted conoce algún sistema antirrobo actualmente para sus dispositivos móviles inteligentes?(En caso de que su respuesta haya sido SI, especifique) \*

Tu respuesta

¿Qué grado de satisfacción tiene con los sistemas de antirrobo que existe actualmente? \*

Malo

- 1
- 2
- 3

Excelente

¿Usted estaría dispuesto a comprar un chip de seguridad para sus dispositivos móviles inteligentes, sin la necesidad de tener datos móviles? \*

- Sí
- No

¿Usted cuanto estaría dispuesto a pagar por un chip de seguridad para su dispositivo móvil inteligente? \*

- \$80.000 - \$100.000
- \$100.000 - \$120.000
- \$120.000 - \$150.000
- \$150.000 - \$180.000
- No pagaría

## Formato de encuestas

NOMBRE:

CEDULA:

TELEFONO:

CORREO ELETRONICO:

1. ¿Desde su punto de vista usted estaría dispuesta a comprar un chip antirrobo que le permite localizar su dispositivo móvil?

---

---

---

2. ¿Se siente satisfecho con las demás aplicaciones y métodos que hay en sus dispositivos frente al robo de celulares?

---

---

---

3. ¿Alguna vez le ha robado el celular y en caso de que si cuáles son sus opciones para recuperarlo?

---

---

---

4. ¿Alguna vez le ha descargado una aplicación a su dispositivo de antirrobo?

---

---

---

5. ¿Le gustaría que la empresa de su dispositivo móvil le proporcionara más información frente al hurto de su dispositivo?

---

---

---

## Pentágono de perforación de clientes

### NECESIDADES

- Creemos que con la operación del sistema de seguridad se bajarían los índices de robo de celulares
- Creemos que los usuarios de telefonía celular tienen derecho a estar seguros al momento de manipular sus celulares
- Creemos que actualmente no hay un ambiente seguro al usar el celular

### BENEFICIOS

- Disminuir el robo de celulares en la ciudad
- Aumentar en las personas la confianza de usar el celular en la calle
- Aumentar la seguridad ya que se ubica la persona que tiene el artículo
- Disminuir el uso de información privada de plagio y desprestigio.

### SOLUCIONES ACTUALES

EMPRESAS	NOMBRE	DESCRIPCION
OPCION NUESTRA	SECURITY SHIP	Es un ship que se encuentra dentro del teléfono móvil, envía una señal a la policía o a un contacto registrado donde muestra la ubicación exacta del teléfono, al momento de ser robado un comando de cualquier número para bloquearlo y que no tenga ningún uso. Este ship viene camuflado dentro del celular, en caso de que se retire se dañara el celular. Viene con una aplicación que es gratuita no necesita conexión de datos, pero debe adquirir el ship para tener uso de ella.
OPCION 2	ANDROID DEVICE MANAGER	Esta app gratuita te permite localizar dispositivos Android asociados a tu cuenta de Google, restablecer el PIN de la pantalla de bloqueo de tus dispositivos y borrar todos los datos del teléfono. Entre las novedades recientes, ahora dispone de un campo donde introducir opcionalmente un número de teléfono para que cuando la persona que lo encuentre encienda la pantalla le aparezca un mensaje nuestro personal y un gran acceso verde para llamar a dicho número
OPCION 3		Entre sus funcionalidades podrás localizar y rastrear tu dispositivo, bloquearlo con un código, iniciar una fuerte alarma sonora incluso si el dispositivo está en modo silencioso, tomar fotografías, capturas de pantalla e

	CERBERUS	incluso grabar videos para identificar al ladrón, obtener el historial de ubicaciones y llamadas enviadas y recibidas, así como borrar la memoria interna y la tarjeta SD, para proteger tu información personal.
OPCION 4	PREY PHONE TRACKER	Servicio gratuito hasta en 3 dispositivos diferentes. Te permite rastrear y ubicar tu teléfono, tableta o laptop a través de la geo localización en caso de pérdida o robo. Además podrás tomar fotos con la cámara delantera o trasera de tu dispositivo, bloquear tu teléfono o tableta de cualquier intruso indeseado, lanzar remotamente una fuerte alarma o mostrar un mensaje personalizado en la pantalla.
OPCION 5	LOOKOUT MOBILE SECURITY	Protección para tú móvil y tableta contra malware, virus, pérdidas y robos. Ofrece una prueba gratuita de dos semanas que incluye alertas contra robo, manda foto y ubicación de la persona que intenta acceder a tu dispositivo, bloqueo direcciones URL peligrosas, verifica la información personal a la que pueden acceder otras apps, bloquea tu dispositivo de forma remota, añade un mensaje personalizado y borra tus datos.
OPCION 6	COMODO ANTI THEFT	Este programa de seguridad, práctico y fácil de usar, puede acceder a la cámara del Smartphone remotamente y tomar una foto del ladrón.

## INCONFORMIDADES

- ✓ La sociedad está inconforme con el robo de celulares y con la fuerza policial ya que permite este tipo de hurtos.
- ✓ La falta de seguridad en la calle y en el ambiente en que se encuentra.
- ✓ La sociedad se siente inconforme con los operadores de telefonía móvil ya que no proveen de seguridad al usuario ni tampoco una solución ya que no brindan un servicio de seguimiento en el momento del robo o la pérdida.

## MERCADO

B2B = Business to business

**B2C** = business-to-consumer

