

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CUADERNOS RECICLADOS CON TEMÁTICA
DE LA CULTURA COLOMBIANA “BIOBOOK”**

DÉNALY SOPHÍA GARCÍA GUTIÉRREZ

DANIELA ESTHER CANDANOZA OCAMPO

JUAN CAMILO RODRIGUEZ VILLARREAL

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

DISEÑO GRÁFICO

SANTA MARTA-IBAGUÉ

2020

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, DÉNALY SOPHÍA GARCÍA GUTIÉRREZ con cédula de identidad 1002158966 de Santa Marta y alumna del programa académico Técnica profesional Diseño Gráfico, declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: DÉNALY SOPHÍA GARCÍA GUTIÉRREZ

Yo, JUAN CAMILO RODRIGUEZ VILLARREAL, con cédula de identidad 1010156574 de Ibagué y alumno del programa académico Administración de Empresas declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: JUAN CAMILO RODRIGUEZ VILLARREAL

Yo, DANIELA ESTHER CANDANOZA Ocampo con cédula de identidad 1193103144 de Santa Marta y alumna del programa académico Técnica Profesional Diseño Gráfico, declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: DANIELA ESTHER CANDANOZA OCAMPO

TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen ejecutivo

1.1 Introducción.....	1
1.2 Objetivos.....	1
1.3 Claves para el éxito.....	1

2. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

2.1 Planteamiento del problema.....	1
2.2 Objetivos del desarrollo sostenible.....	2
2.3 Teoría de Valor compartido.....	2
2.4 Análisis pestel.....	3

3. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad

3.1 Descripción del problema.....	5
3.2 Árbol de problemas y objetivos.....	8
3.3 Pregunta de investigación.....	9

4. Descripción de la idea de Negocio

4.1 Nombre de la idea.....	11
4.2 Descripción detallada de la misma.....	13
4.3 Factores innovadores.....	14
4.4 Características tangibles e intangibles de la misma.....	15
4.5 Fuerzas de PORTER y entorno de la empresa.....	17
4.6 Segmentación del Mercado.....	28
4.7 Competidores.....	38
4.8 Propuesta de valor	41
4.9 Análisis del producto.....	42
4.10 Ciclo de vida del producto.....	45
4.11 Precio.....	54

5. Modelo de Negocio

5.1 Indicadores de calidad.....	54
---------------------------------	----

6. Investigación de Mercados

6. Prototipo.....	58
6.2 Modelo running lean.....	59
6.3 Objetivos.....	62
6.4 Tipos de Investigación.....	62
6.5 Tamaño de la muestra.....	63
6.6 Aplicación de la Encuesta.....	65
6.7 Tabulación.....	66
7. conclusiones.....	75
8. Bibliografía	
8.1 Referencias.....	76

BIOBOOK-CUADERNO RECICLADO

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestra empresa está conformada por 3 estudiantes que han forjado ideas comunes que favorecen al medio ambiente, mientras traen la cultura de Colombia, todo esto en un cuaderno reciclado, por lo que es amigable con el medio ambiente y permite la participación de todas las personas en su compra. Se hace con papel y cartón reciclado, puede ser anillado o engrapado, y cada vez que se sostenga en la mano, se sentirá como algo totalmente cercano. Se ofrece este producto para concientizar sobre el impacto ambiental que causa la tala de árboles, pero también para recordar las festividades y la cultura de nuestro país. Es un Cuaderno de estudiantes para estudiantes.

Nuestra **clave del éxito** es la planificación de nuestro proyecto, observando las incidencias, defectos y las oportunidades y ventajas, queremos prever lo previsible, pero al mismo tiempo, confiamos en lo que se ha hecho, puesto que se entregará un producto de calidad.

Plantee como mínimo tres problemas, retos, oportunidades, o necesidades que percibe en el entorno en el que se desenvuelve. (Puede ser a nivel social, económico, político o ambiental).

1. En la actualidad el negocio del papel reciclado está abarcando cada vez más terreno debido a que las personas han ido tomando conciencia del impacto ambiental que genera elaborar papel desde cero y por ello es una buena oportunidad para apostar por productos elaborados de manera reciclable y que reduzca la cantidad de basura que se emana.
2. A pesar de que el papel reciclado se ha vuelto un poco más comercial, eso no significa que todas las personas tengan conciencia ambiental, por lo que desde ese punto de vista

es un reto hacer que las personas comprendan el producto, muchas veces la moda, las circunstancias, la vanguardia han puesto de moda el reciclaje, pero esto no parece quedarse, lo ideal es hacer que este producto sí permanezca.

3. Desde el punto de vista económico el papel reciclado es más caro que el papel normal y esto genera una mayor compra del papel normal, por ello es tan difícil la implementación de este proyecto, no obstante, lo ideal es determinar maneras en que se pueda introducir al mercado, haciéndolo llamativo y creando la concientización sobre el impacto ambiental del uso del papel normal.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADOS

- Objetivo 12. Consumo y producción responsable:

Trata de desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente esto con el fin de cumplir con las políticas de calidad en la elaboración del producto, responsabilidades sociales y las políticas ambientales.

- Objetivo 13. Acción por el clima:

Adopción de medidas urgentes para combatir el cambio climático y la contaminación del medio ambiente, que el producto no sea una amenaza y esté a favor de la ecología ambiental.

TEORÍA DEL VALOR COMPARTIDO Y COMO ABORDA EL PROBLEMA

Este producto busca satisfacer las necesidades de nuestros demandantes y de esta misma manera recalcar a la sociedad el cumplimiento de nuestras políticas de calidad, de responsabilidad social

y políticas ambientales pertinentes de nuestro producto; pretendemos plasmar las festividades y tradiciones que tiene Colombia, pues nuestra contribución es generar transformación social haciendo conciencia a la comunidad, demostrando la importancia del reciclaje y así mismo que se tenga en cuenta el cuidado del medio ambiente donde se debe recalcar la importancia de nuestra riqueza y educación cultural por medio de nuestro producto. El producto aborda dos temáticas importantísimas, el reciclaje como manera de disminución del impacto ambiental, y la recolección de la historia colombiana; por ello es tan importante hacer promoción de él, para que las personas conozcan la tierra que habitan, a medida que colaboran a que siga existiendo.

ANALISIS PESTEL

Análisis Político:

El factor político implica un escenario nacional, por lo cual el ministerio de Comercio, Industria y Turismo, mediante su unidad de crecimiento empresarial INNpulsas de Bancoldex, entidad financiera de créditos, anuncia que trabajarán conjuntamente con la Cámara de Comercio de Santa Marta y las Universidades locales para crear un C-Emprende, campus para el desarrollo de emprendimientos e innovaciones en el Magdalena, con el fin de fortalecer el emprendimiento en la región, ésta es una gran oportunidad ya que como empresa necesitamos un apoyo económico para emprender y visionarios como producto líder en el mercado escolar (Innpulsa, 2019).

Análisis Económico:

En el Departamento del Magdalena, es importante visualizar el nivel de rentabilidad para la distribución de nuestro producto, esto es factible, ya que va dirigida a personas que estudian y

contamos con la inmensidad de establecimientos educativos formales y no formales, los cuales nos permiten perfilar las ventas de la empresa.

Aunque existan ya marcas establecidas en este campo, es importante resaltar las características de nuestra marca lo que lo hace llamativo para este tipo de mercado. Además, se pueden requerir acciones y herramientas diferentes para incrementar la base de clientes de la marca, a través de ofertas, incorporando kits escolares y lograr fidelizar a los clientes.

Análisis Social:

Los factores culturales ejercen la influencia más amplia y profunda sobre el comportamiento de los consumidores.

En la cultura empresarial samaria, la innovación no ha sido un concepto que se caracterice fuertemente en el desarrollo de los mercados de nuevos productos, los cuales se perciben con poco interés en el progreso productivo.

Aunque todo esto parezca una amenaza, pretendemos convertirlo en una oportunidad productiva basada en las características de nuestro producto reflejada al cuidado ambiental parte esencial de un departamento turístico y el interés por resaltar sus costumbres y tradiciones.

Análisis Tecnológico:

El Departamento del Magdalena ha tenido unos indicadores de ciencia, tecnología e innovación muy por debajo del promedio nacional. Sin embargo, es la herramienta actual para dar a conocer un producto, debido a los cambios del entorno y la crisis económica para sostener un lugar físico como negocio. (Pineda, 2013-2023)

Esto ha permitido a la sociedad samaria avanzar a través de los medios tecnológicos y de comunicación, por lo que nos permite intervenir como empresa a través de una página y sitios web para dar a conocer nuestro producto.

Análisis Ecológico:

Actualmente la basura es una problemática mundial, que acecha a nuestro país y a nuestra región. Las personas no piensan que al arrojar un papel o cartón al suelo están deteriorando y dañando a la madre tierra. Por ello, como jóvenes emprendedores pretendemos a través de nuestra empresa reciclar el cartón y papel para darle una nueva presentación que supla las necesidades del mercado, iniciando por nuestra región, en una forma de ayudar a disminuir los contaminantes del medio y utilizarlos de manera más productiva mejorando la calidad de vida del medio ambiente.

Descripción del problema:

El principal problema es la competencia frente a otras empresas y de esa misma manera se presentan ciertas dificultades frente al consumidor, por ser marcas o productos similares y de esa misma manera se disminuyen las ventas marcando considerablemente la baja competitividad que tiene nuestro producto. También ocurre que muchas personas no son conscientes de los daños que se causan al medio ambiente, por lo que es necesario crear conciencia para fomentar la compra de nuestros cuadernos.

Descripción de la necesidad:

Llegar a transmitir a la sociedad a través de nuestro producto la importancia del cuidado del medio ambiente a través del reciclaje.

Descripción de la oportunidad:

Iniciar en el mercado como empresa innovadora protectora del medio ambiente, Nuestro público consumidor además de ser de gran mayoría estudiantes, optan hoy en día por productos nuevos y naturales.

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

La problemática que afecta a los clientes por medio del pago del producto es que se da bajo un largo proceso de fabricación, para la comunidad no existe una afectación directa, pero hay que analizar el hecho de que sea o no un producto accesible para todas las personas. En cuanto al entorno se crea la competencia, ya que existen otras empresas que ofrecen lo mismo que nosotros ofrecemos.

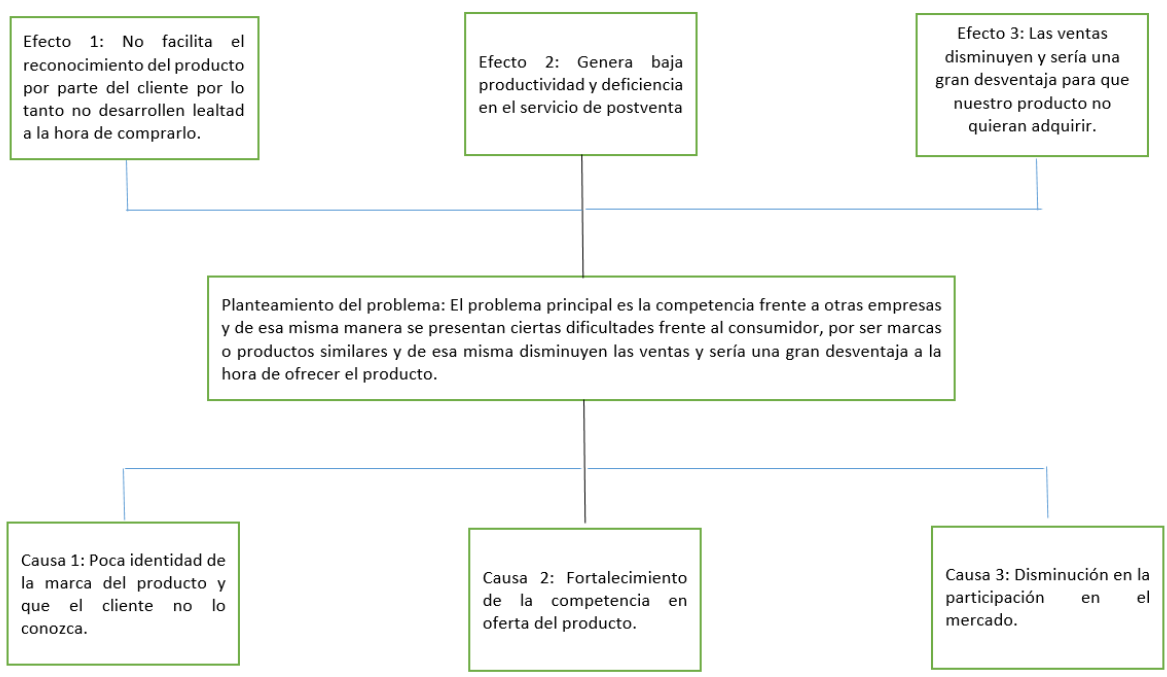
Esquema.

Criterios	Problema	Necesidad	Oportunidad
Conocimiento o Experiencia	5	4	3
Asesoramiento de un experto (si lo requiere)	1	2	5

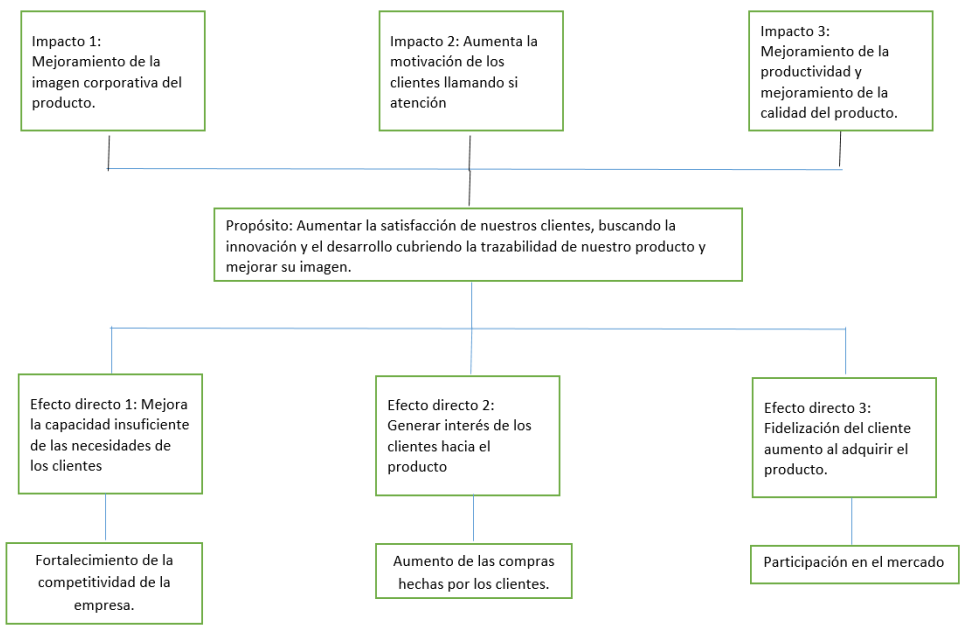
Alcance ¿tenemos herramientas? ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿Tenemos acceso a información/datos/cifras? ¿Podemos dar solución?	1	5	5
Tiempo	5	5	4
Costos	5	5	5
Impacto ¿es trascendental?	5	5	4
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	3	5	5

Árbol de Problemas

1. Modelo Árbol de problemas:



Árbol de Objetivos.



Pregunta problema

¿Cómo lograr el mejoramiento de la participación y competitividad en el mercado ante las otras empresas que venden productos similares y que así nuestras ventas no disminuyan?

LLUVIA DE IDEAS:

- La lluvia de ideas nos ofrece muchas alternativas y posibilidades de encontrar errores fatales y a su vez mejorar los resultados, esto es importante, porque en la lluvia de ideas participamos todos, así como se encuentran problemas, se encuentran soluciones.

ANÁLISIS:**CINCO POR QUÉ**

Problema: Competencia frente a otras empresas donde se presentan ciertas dificultades de compra frente a los consumidores, por ser marcas y productos similares, haciendo disminuir las ventas.

¿Por qué?

- No fortalecer las estrategias de negocio sin haber analizado la competencia de las demás empresas. Hay que analizar la manera de operar de las otras empresas, si esto no se hace, nunca podremos superarlas, o al menos igualarlas, no obstante; es menester concentrarnos en lo nuestro, para seguir mejorando en razón de nuestras propias cualidades.

¿Por qué la empresa no fortaleció sus estrategias de negocio y analizó la competencia?

- No realizamos el respectivo seguimiento y no estudiamos a los clientes.

¿Por qué no dieron importancia al testimonio de los clientes?

- No analizamos la demanda y por ende no averiguamos que es lo que realmente quieren los clientes.

¿Por qué no analizaron expectativas y necesidades de la demanda?

- No brindamos un buen servicio de calidad.

¿Por qué no brindaron un buen servicio de calidad?

- Causa raíz del problema.

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

Interés / Disposición afirmaciones	Escala de valoración				
	(F)				(V)
La idea de negocio se ajusta a lo que la empresa ha querido realizar.	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 (x)
No me incomoda decir a otros a que me dedico a esta actividad.	1 ()	2 ()	3 ()	4 (x)	5 ()
Estoy dispuesto a dedicar todo el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 (x)

Considero que en 6 o 8 meses puedo tener el negocio funcionando.	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 (x)
Total, de afirmaciones valoradas en:					

	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 pts. = Tiene UD. una idea de negocio que le interesa realmente. Continúe analizándola.

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

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

Idea de negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Nuestro producto es un cuaderno (cosido o anillado) de pasta dura con material reciclado, en el que se planea plasmar en la
---	---

	<p>portada y contraportada información de nuestra nación y sus festividades. Las personas podrán plasmar lo que deseen en él, pero cada vez que lo tengan en la mano podrán aprender y/o recordar algo del país en que habitan.</p>
<p>¿Quién es el cliente potencial?</p>	<p>Papelerías, colegios, bibliotecas, personas que estén dispuestas a concientizar a través del cuaderno, etc.</p>
<p>¿Cuál es la necesidad?</p>	<p>Lo que queremos mostrar con nuestro producto es, cómo a través de un objeto podemos representar la importancia del reciclaje, cuidar el medio ambiente y a su vez mostrar la importancia de nuestra riqueza cultural.</p>
<p>¿Cómo funciona el producto o servicio?</p>	<p>Nuestro mercado objetivo va dirigido a los niños y niñas, jóvenes entre los 11 años a los 25 años que pertenezcan a una población estudiantil, que capte su interés hacia el tema del medio ambiente y la cultura a través de un producto útil durante el año</p>

	escolar.
¿Por qué lo preferirían?	-Iniciar en el mercado como empresa innovadora protectora del medio ambiente.

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

VERBO:	TEMA U OBJETIVO:	CARACTERÍSTICA:
REPRESENTAR	Promover un producto a nivel departamental en un lapso no mayor de tres (3) meses, logrando el interés de la sociedad estudiantil hacia el reciclaje y cuidado ambiental, incrementando conocimientos acerca de la riqueza cultural	Importancia del reciclaje y cuidado del medio ambiente. También el fomento de lo propio, de lo autóctono, de lo que nos caracteriza.

USUARIO:	VERBO INPIRADOR:	PROPÓSITO
<p>Jóvenes entre 11 y 25 años de edad.</p>	<p>Transformar</p>	<p>INSPIRADOR:</p> <p>Obtener gran participación en el mercado como una empresa innovadora protectora del medio ambiente. Se quiere hacer un verdadero cambio en el pensamiento de las personas compradoras.</p>

Alternativas a la idea de negocio principal.

1. Cuaderno ecológico personalizado con una imagen de la persona realizada en vector.
2. Para variar de la idea de cuaderno, se puede realizar una agenda o planeador, solamente con las páginas que el cliente desee, colores, frases, etc.
3. Cuaderno con portada hecha de caricaturas realizadas a partir de una foto del cliente, le agrega diversión al cuaderno.
4. Kit ecológico Consta de un cuaderno personalizado al gusto del cliente teniendo como opciones las 3 anteriores, este cuaderno consta de semillas en sus hojas con el fin de que cuando el cliente termine el uso a su cuaderno se pueda sembrar las hojas para nuevos árboles, además el kit trae un lapicero con tinta vegetal.

Competencia-productos similares

- Norma, Kiut: son marcas de cuadernos que intenta brindar información o enseñanza a través de las ilustraciones que ellos brindan, además de que son marcas que llevan mucho tiempo en la industria, lo que hace que la competencia sea mucho mayor. Las personas se acostumbran a comprar algún tipo de marca y rara vez empiezan a inclinarse por otra. No obstante, su venta general no va encaminada a productos reciclados.
- Papyrus, Eco: son empresas que venden cuadernos completamente reciclados y vienen con el fin de transmitir un mensaje a la sociedad que es la importancia del cuidado del medio ambiente. Ya que estos son más directamente nuestra competencia, se establece como el principal productor de cuadernos similares a los nuestros, no obstante, nuestro biobook busca concientizar, mientras enseña sobre el país.

Conclusiones sobre la competencia

Con respecto a Norma y Kiut, ellos brindan ilustraciones en sus cuadernos, pero ninguna hace referencia a la cultura colombiana, y con respecto a Papyrus y Eco, ellos nos presentan los cuadernos reciclados, así que teniendo en cuenta esto, las alternativas propuestas se diferencian en gran parte de estas ya que estas poseen un valor agregado que no posee ninguna de las otras. La cultura colombiana ha sido por mucho tiempo desconocida, aun siendo palpable, queremos contribuir con el medio ambiente, a medida que se establece el conocimiento sobre la tierra colombiana.

A) Contextualización de la empresa: Biobook, producción de cuadernos reciclados, tamaño carta, Santa Marta.

B) Análisis de la demanda: investiga las influencias internas, externas; determina el tamaño del mercado e identifica el Poder negociador de los clientes.

Factores externos:

Oportunidades

- Contamos con el apoyo de programas de emprendimiento a través del ministerio de comercio.
- Iniciamos en el mercado como empresa innovadora protectora del medio ambiente.
- Nuestro público consumidor además de ser de gran mayoría estudiantes, optan hoy en día por productos nuevos y naturales.
- Se cuenta con el apoyo con las personas cercanas a la empresa, a quienes se les ha concientizado acerca de la importancia que tiene adquirir productos que ayuden a disminuir el impacto negativo que se ha hecho al ambiente.

Amenazas

- Disminución en las ventas por periodo escolar, no obstante, esto se puede combatir estableciendo promociones y demás estrategias de marketing.
- La competencia frente al consumidor por ser marcas que ofrezcan un producto similar.

Factores internos:

Fortalezas

- Que es un producto innovador por su composición 100% reciclable.
- Es un producto con un precio acorde a los productos de la competencia en el mercado.

- Es un producto que además de reciclado enseña la cultura regional. Se aprende sobre Colombia, mientras se ayuda al mejoramiento del impacto ambiental.

Debilidades

- Falta de experiencia ya que somos nuevos en el mercado.
- No contamos con un espacio de trabajo.
- Los usuarios pueden verse influenciados por las otras empresas, ya que representan la comodidad de lo conocido, saben qué están comprando, puede existir el hecho de que decidan no comprar debido a que no nos conocen, pero el producto podrá hablar por sí solo, al lucir como cercano por la imagen que se entrega del territorio colombiano.

¿Cómo es la personalidad de mis usuarios?

Estamos trabajando con un público objetivo muy joven que se caracteriza por la curiosidad de conocer más a fondo algunos temas de su interés o descubrir nuevos temas, suelen ser muy aventureros, son muy curiosos sobre la importancia de lo que ocurre en la sociedad y lo más importante, saben el valor que tiene el poder reciclar y el cuidar el medio ambiente. Como se varias edades, hay quienes serán fácilmente influenciados respecto de qué comprar, pero lo cierto es que las nuevas generaciones vienen con la iniciativa de mejorar el mundo que conocen, y esto es importantísimo, ya que todos en general contribuyen de alguna u otra manera a esa necesidad de mejorar las cosas. Estos jóvenes son revolucionarios, tienen la influencia constante de las redes sociales y conocen de todo lo que está sucediendo en el mundo, son personas decididas, que se han encargado de analizar el mundo actual y que saben de antemano por qué es tan importante el reciclaje.

¿Cómo se comportan?

Tienen un comportamiento altamente responsable, saben diferenciar sus prioridades y sus ocupaciones secundarias además suelen llevar un orden de todas las actividades que deben desarrollar, también se caracterizan por ser disciplinados. Muchos pueden llegar a ser perezosos, otro no planea con seguridad las cosas que harán, pero lo cierto es que conciben el mundo como un lugar que necesita arreglo, y la gran mayoría de ellos y ellas, conciben que pueden ser parte de esa solución, este cuaderno representa un poco de ello, si pueden contribuir de manera significativa en el impacto ambiental, lo harán haciendo uso de cosas recicladas, como lo es el cuaderno que ofrecemos. Los usuarios y posibles compradores pueden verse influenciados por aspectos psicológicos inevitables, como lo son las opiniones de personas mayores respecto de nuestro producto, pero uno de las influencias de mayor trascendencia es el aspecto económico mucho de los jóvenes no trabajan, por lo que, aunque quieran adquirir el producto, habrá algunos que no puedan hacerlo.

¿Cuáles son sus creencias?

En el cuidado del medio ambiente. Creen firmemente que, aunque mucho daño hecho a la madre tierra, es importante no darse por vencidos, todavía puede revertirse un poco del daño que se ha hecho.

¿Cuál es el tamaño del mercado?

60% Población juvenil de la edad de los 12 años a 25 años en la ciudad de Santa Marta.

¿Habrá espacio para mi idea de negocio?

Sí.

C) Análisis de la oferta: analice a sus competidores y a los posibles bienes sustitutos. Describa brevemente varios de sus competidores más próximos e importantes.

¿Quién más está haciendo lo mismo que usted está intentando hacer?

Tenemos muchas empresas que desarrollan el mismo o un similar producto desde su presentación como el uso que se le da una de esas empresas son: Norma, Kiut, primavera. Estas empresas pueden crear cuadernos, cuadernillos, blocks, y demás herramientas que podrían sustituir nuestro producto. Por otro lado, se tiene a Reprograf, que vende hojas para realizar impresiones, sin embargo, muchos estudiantes las compran como reemplazo del cuaderno, ya que son hechas con caña de azúcar y reducen el impacto ambiental.

¿Cuántas empresas existen?

- Contamos con 9 empresas que venden cuadernos similares al de nosotros.
- Contamos con 3 empresas que venden cuadernos y agendas ecológicos.
- En total contamos con 12 empresas que abarcan nuestro público objetivo

¿Cuáles son sus estrategias?

Nuestra estrategia es llegar a una población joven para inculcarles el valor del cuidado del medio ambiente que, desde pequeñas cosas como el reciclar se puede mejorar nuestro planeta, además como nuestra segunda estrategia, es dar a conocer a los jóvenes las cultura y actividades típicas que tiene Colombia. Ya que se trata de jóvenes, hay que empezar por hacer publicidad en los

lugares que ellos ven: las redes sociales, ese es el espacio con el que se sienten más familiarizados.

También buscamos hacer convenio con algunas universidades, que quisieran hacer parte de la iniciativa por el medio ambiente, promoviendo el uso de cuadernos reciclados, para que puedan comprarlo a través de nuestras plataformas digitales, este es un cuaderno de estudiantes para estudiantes. Nosotros conocemos de las necesidades de los estudiantes, porque somos estudiantes, y por la misma razón queremos entregar un cuaderno que supla los requerimientos de la población estudiantil y de los jóvenes a los que nos estamos acercando.

La publicidad es una estrategia importantísima, queremos hacer conciencia sobre el cuidado del medio ambiente, mientras recordamos un poco la importancia de la culturalidad de nuestro país.

¿A qué porcentaje del mercado llega cada uno?

11 años - 18 años encontramos un 40%

19 años - 25 años encontramos un 20%

¿Cuáles son sus puntos fuertes y sus puntos débiles?

Puntos fuertes:

- Que es un producto innovador por su composición 100% reciclable.
- Es un producto con un precio acorde a los productos de la competencia en el mercado.
- Es un producto que además de reciclable enseña la cultura nacional.
- Contamos con el apoyo de programas de emprendimiento a través del ministerio de comercio.

- Iniciar en el mercado como empresa innovadora protectora del medio ambiente.
- Nuestro público consumidor además de ser de gran mayoría (estudiantes), optan hoy en día por productos nuevos y naturales.

Puntos Débiles:

- Falta de experiencia ya que somos nuevos en el mercado.
- No contamos con un espacio de trabajo.

¿Qué puede aprender de la manera en que hacen negocios, de sus enfoques en cuanto a precios, publicidad y marketing general?

Para poder ganar nuestro público objetivo y generar una estrategia de negocio necesitamos convencer a la gente que nuestro producto es altamente indispensable para el mejoramiento de nuestra sociedad, además de vender nuestro producto es llegar a tener una comunicación directa con nuestros clientes, saber qué les gusta, qué opinan, de qué manera planean contribuir con el medio ambiente y demás necesidades inminentes que pueden tener los jóvenes usuarios.

Necesitamos manejo de redes sociales, una página de ventas de la agenda, promover la publicidad de nuestros productos por quienes comparten nuestros mismos ideales, y seguir creciendo hasta poder tener un espacio físico de trabajo. Nuestra empresa también quiere fomentar el empleo y es así como se espera que la empresa crezca, esto también se usará en la publicidad.

¿Cómo espera competir?

Confiamos en nuestro producto novedoso, aunque sea algo muy común tiene algo que resalta a las demás y es la manera de fabricación de cómo en vez de perjudicar, ayuda al medio ambiente

y educa a la sociedad en especial a los jóvenes que debemos de cuidar nuestro planeta. La inserción en el mercado no es fácil, mucho menos si se parte del hecho de que no todas las personas quieren contribuir al medio ambiente, por lo que en la educación de los jóvenes puede haber elementos que jueguen en contra de la venta de nuestro producto, como lo es que piensen que no es necesario reciclar, pero lo cierto es que se nace desde la concientización, se busca suplir necesidades, y que todas las personas conozcan de la importancia de esto.

¿Cómo espera hacerlo mejor?

Comenzar llegando a un punto estratégico a papelerías que se encuentran cerca de puntos escolares, de igual manera comenzar llegar a las instituciones ofreciendo nuestro producto y como éste es diferente a los demás, por otro lado, manejar una estrategia digital para llegar a cada rincón de la región del magdalena y se espera que en algún momento pueda llegar a todo el país.

¿Qué competencia indirecta afrontará, y qué bienes sustitutos existen en el mercado?

Al ser un producto nuevo en el mercado contamos con la competencia de las demás marcas por ser ya reconocidas en la sociedad, al ser así nuestro público objetivo no se va a mover tanto hacia nosotros porque aún no tiene confianza hacia nuestro producto, al iniciar en el mercado podemos captar una cuarta parte de nuestro público objetivo, pero contamos con la suerte de por ser un producto novedoso a la medida de los meses, podemos captar la atención un 70% de nuestra población.

Bienes sustitutos

- ❖ cuadernos normales

- ❖ blocks
- ❖ agendas
- ❖ cuadernillos
- ❖ hojas de resma

Estos elementos señalados son productos que pueden conseguir en cualquier lugar, y que ya tienen el beneficio de hacer parte del mercado, otras empresas los producen, los venden, ya las personas saben de dónde provienen y demás ventajas que poseen sobre nosotros. Estos productos, además, van encaminados a los mismos consumidores, mayormente personas estudiantes de colegios, o de universidades, pero ninguno de ellos ofrece lo que nosotros ofrecemos en su totalidad, pues, aunque muchos vendan cuadernos y otros productos similares, ninguno hace un cuaderno que promueva el conocimiento de la historia y cultura de Colombia.

¿Existen amenazas de nuevos bienes entrantes en el sector?

- ✓ Disminución en las ventas por periodo escolar.
- ✓ La competencia frente al consumidor por ser marcas que ofrezcan un producto similar.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación

Norma	Cuadernos y Agendas de todo tipo de tamaño, con stickers	<ul style="list-style-type: none"> ● \$9.000 ● \$32.000 	Reconocido por sus ilustraciones en troquelados y variedades de stickers, como por su contenido.	Valle del Cauca Calle 15 #32-234.
Papelería Primavera	Cuadernos cosidos, argollados, pasta dura de 5 materias y agendas de todo tipo de tamaño.	<ul style="list-style-type: none"> ● \$10.000 ● \$5.000 ● \$2.000\$ ● \$13.000 ● \$20.000 	Precio favorable y excelente calidad.	Cl. 21 #69b-20, Bogotá

D) Análisis de la comercialización y de los proveedores: investigue cuáles son los proveedores que se requieren para la producción de su producto o servicio, que tipos de proveedores está usando su competencia y defina unos criterios para seleccionarlos. De igual forma define los canales para la distribución del producto o servicio.

Proveedores que necesitamos:

- **Bodegas de reciclaje (papel):** de estos lugares se podrá conseguir el papel, el cual es la materia prima para nuestra empresa, necesitamos recolectar todo el papel posible para poder emprender debidamente. También buscamos recoger el papel suficiente por parte de personas cercanas que tengan y deseen ofrecerlo para el emprendimiento.
- **Bodegas de reciclaje (cartón):** en este aspecto también solicitaremos que las personas u organizaciones que tengan el mismo ideal de conservación del medio ambiente y que busquen mejorar la forma en que se conoce la historia de Colombia, que quieran donar cartón para nuestra empresa, así como todo el producto que se pueda comprar también en las bodegas.
- **Litografías-impresiones:** esto para poder plasmar las ideas sobre lo que se quiere mostrar sobre Colombia en cada uno de los cuadernos, las impresiones que contendrán fotografías y palabras con el fin de comprender y conocer un poco más a fondo la historia de Colombia. Se trata del conjunto que forma el todo.

Proveedores

- **Corrugados de Colombia:**

En 1957, el fundador de la empresa fabrica, por primera vez en la Sabana de Bogotá, papel colombiano con visión ecológica, utilizando recursos naturales como el fique, guadua, pita del Atrato, tamo de trigo, de arroz y de cebada. Igualmente, incursiona en el país con la fabricación de papeles reciclados provenientes de tipografías y editoriales. Posteriormente, en 1966 crea en Bogotá, “CORRUGADOS DE COLOMBIA” para la producción integrada de papel y embalajes. La empresa continúa con sus líneas de fabricación de cartones corrugados, para lo cual posee modernos equipos. Con tres molinos de cilindro y una máquina plana tipo fourdinier, produce

papeles de distintas calidades, con pesos que van desde los 50 hasta los 330 gramos por metro cuadrado, que salen al mercado con la marca “FONTI” (Fontilínea, Fonticolor, Fontibolsa, Fontikraft, Fontibond). (corrugado de colombia , s.f.)

- **Anillo doble:**

Anillo Doble O SAS es una compañía colombiana con más de 15 años de experiencia en el sector manufacturero con sede principal en la ciudad de Bogotá, Colombia, con el propósito de ofrecer el mejor servicio de producción y venta de anillo doble “o” y servicio automatizado de ensamble de tapas duras y cubiertas para libros y estuches. (Anillo doble o, s.f.)

- **Litografía:**

Es un procedimiento de impresión en el cual se reproduce un dibujo o grabado realizado sobre la superficie de una piedra al estamparlo sobre una hoja de papel. (Significados, s.f.).

Se escogen estos proveedores debido a que se buscan entidades que protejan nuestro pensamiento, que compartan idiosincrasias similares y que se espera dispuestos a trabajar con nosotros en el contexto del desarrollo sostenible y de la colaboración con el medio ambiente. Si bien la litografía no es exactamente de reciclaje se busca que en la realización de los diversos procedimientos se propenda la mayor defensa a favor del medio ambiente.

- **Proveedores de la competencia**

- MADRID PAPEL IMPORT S.L.
- ZEN LUXURY NOTEBOOKS
- MANS ITALIA SRL

- OST OFFICE
- PELIKAN
- SOTEFI
- EAPI-NORAM & KOQ
- ATOMA
- SARL EL HILLA

Canales de distribución del producto:

En este caso son solo dos agentes. La mercancía va directamente desde el distribuidor mayorista al minorista y este finalmente entrega al consumidor. En todo este proceso se otorgará la posibilidad de los viajes desde donde se encuentre la empresa proveedora, hasta el lugar de destino.

Posteriormente, cuando se encuentre en la región, se mostrarán en vitrinas, mostradores y en fotografías en las redes sociales para poder venderlo; se va a manejar el domicilio, para que las personas puedan comprar en línea, y cuando lo pidan, se les hace llegar hasta sus manos. En los locales con los que podamos hacer conexiones, ya sea colegios, universidades o papelerías, se podrán poner en las vitrinas, correspondiendo con el costo del poder mostrar nuestro producto.

Criterios de selección de proveedores

- *¿Cuál es su costo?* Se señala este criterio debido a que tenemos que saber cuál es el más cómodo, entendiendo que somos una empresa que apenas está empezando y que necesitamos encontrar valores que se adecúen a nuestras capacidades.

- *¿Dónde se ubican?* La ubicación no es un hecho menester, pero si por la cercanía habrá menos demora en la realización de las cosas, pues es favorable para nuestra empresa, para satisfacer con celeridad a los consumidores.
- *Experiencia.* La experiencia da la sensación de seguridad, el saber que, con el recorrido de la empresa, el producto que se realiza y que se va a entregar es de calidad.
- *¿Qué tanto conocimiento del mercado posee?* Esto da seguridad para las y los consumidores, si se establece una empresa que parte de la población conozca, será más sencilla la inserción al mercado.
- *Cumplimiento legal.* Se necesitan proveedores comprometidos con legalidad, que respeten nuestro trabajo, que cumplan con lo pactado en el tiempo pactado.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. Escriba 15 bondades de su producto (bien o servicio) que proporciona.
 - Satisfacer las necesidades y expectativas expresadas por los clientes.
 - Materia prima económica.
 - Ahorro de energía.
 - Minimiza la contaminación.
 - Preservación de los recursos naturales.
 - Incentiva a las personas al reciclaje.
 - Producto completamente económico.
 - Fortalece el beneficio a los estudiantes.
 - Menor el costo de fabricación.

- Reutilización de material de desecho.
- Calidad en cuanto al producto, por la no utilización de químicos.
- Cumplir con la vida útil y garantía.
- Innovador.
- Competitivo a otros productos similares
- Reducción de la masa forestal (Tala de bosques).

TIPOS DE SEGMENTACIÓN:

Geográfica:

El producto se enfoca inicialmente de manera Nacional, tomando como principal referencia geográfica a la región Caribe, que es lugar donde nos encontramos los emprendedores, se pasa de lo particular a lo general, no obstante, como la venta es en línea; se espera que puedan abrirse envíos a toda Colombia, con el fin de abrirse camino a medida que vamos avanzando.

Demográfica:

El producto va destinado a niños, estudiantes de colegio y/o universitarios, en general a cualquier persona que desee contribuir al cuidado del medio ambiente queriendo aportar a esto comprando un producto que colabora con la disminución de la tala de árboles.

Socioeconómico:

Este segmento se enfoca en los ingresos de las comunidades de clase baja, media y alta, sin discriminar las condiciones y géneros de las personas, pero que los favorezcan y satisfagan sus necesidades. Lo que pretendemos, es implementar una estrategia de precios que favorezca a los

usuarios. Colaborar con el medio ambiente debe ser de accesibilidad para todos y todas, por ello se crean espacios encaminados a ellos, este cuaderno es el ejemplo de ello.

Psicográfica:

El producto se adecúa a las personalidades de los clientes, estilo de vida y el regionalismo que existe en sus culturas. Se asimilan los pensamientos y sentimientos de nuestros usuarios para que se sientan identificados con el producto que se está ofreciendo.

Buyer persona

Foto del cliente	<i>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</i>	<i>Desea, necesita, anhela y sueña.</i>
	<ul style="list-style-type: none"> - Atravesar problemas económicos y no poder costear lo que necesita. - No pasar tiempo con su familia. - No darle a su familia la oportunidad de colaborar con el medio ambiente y la 	<ul style="list-style-type: none"> ● Que el producto que va a comprar le suponga una mejoría en su estilo de vida y aporte mayor comodidad. ● Que pueda contribuir con el impacto en el ambiente, esta vez siendo algo favorable.

	disminución de la tala de árboles.	<ul style="list-style-type: none"> • Que disminuya la tala de árboles, mientras compra los regalos de sus hijos.
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Gerardo Caicedo 21 años de edad, masculino, vive con sus padres y hermanos en el departamento del magdalena y es estudiante de administración de empresas.</p>	<p>¿Que está tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</p> <p>Lograr ser un gran administrador de empresas y poder empezar a administrar su propio negocio.</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p>Con esfuerzo, dedicación, disciplina y amor por las cosas que está dispuesto a realizar.</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<p>La verdadera sabiduría está en saber que nunca terminas de aprender y hacer lo que te guste.</p>	

<p>¿Existen otros factores que debemos tener en cuenta?</p>	<p>Se busca que realmente las personas como Gerardo sientan emoción al poder comprar y al hacer parte de esta iniciativa que busca mejorar el medio ambiente y la calidad de vida.</p>
--	--

<p>Foto del cliente</p>	<p><i>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pasar por situaciones económicas inestables. - No pasar tiempo con la familia. - No terminar los estudios. - No proyectarse a un futuro. - Depender de otros económicamente por más tiempo del que tiene planeado. 	<p><i>Desea, necesita, anhela y sueña.</i></p> <p>Será una gran profesional proyectarse a futuro siendo una gran administradora de empresas y sacar adelante a su familia.</p>
--------------------------------	---	--

<p>Demográficos, geográficos y psicográficos.</p> <p>Wendy Yurany Diaz, Edad 18 años, vive con sus padres, departamento del magdalena, estudiante de Administración de Empresas.</p>	<p><i>¿Que está tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</i></p> <p>Desempeñarse de manera productiva, y fortalecer sus experiencias como administradora.</p>	<p><i>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</i></p> <p>Disciplina y perseverancia hacia cualquier situación.</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<p>El que persevera, alcanza.</p>	
<p>¿Existen otros factores que debemos tener en cuenta?</p>	<p>Lo ideal es que hombres, mujeres, niñas y niños se sientan identificados con todo el proceso, que sepan cómo sucede el procedimiento y que sepan que cuando nos compran un cuaderno, están comprando calidad y protección al medio ambiente.</p>	

<p>Foto del cliente</p>	<p><i>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Miedo a que las metas y proyectos no se lleven a cabo. - Somatizar las enfermedades. - Quedar sin trabajo. 	<p><i>Desea, necesita, anhela y sueña.</i></p> <p>Tener su propia vivienda, tener una buena salud, y seguir trabajando en los proyectos futuros.</p>
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Norman Alonso Rodríguez, Nació en Cali, Valle del Cauca, tiene 38 años, ingeniero industrial, actualmente dictó clase en un centro educativo (Colegio).</p>	<p><i>¿Que está tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</i></p> <p>Mejoramiento en prácticas pedagógicas.</p>	<p><i>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</i></p> <p>Ninguna barrera, después de que uno se proponga a cumplir sus proyectos.</p>

Frasas que mejor describen sus experiencias	La aptitud, disciplina y perseverancia, puede con todo.
¿Existen otros factores que debemos tener en cuenta?	Ninguno en especial.

Se escogieron estas personas porque son fácilmente identificables con lo que estamos ofreciendo, queremos vender un producto que cuando la personas lo tenga en la mano, antes de comprarlo sienta que es suyo y proceda a hacerlo. Estas personas son estudiantes como nosotros, el amor por la tierra colombiana, y la concientización por el medio ambiente, son las ideas raíz de este proyecto, por lo que queremos contar con clientes que tengan ese mismo sentir, ese es nuestro comprador ideal.

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

Va dirigida a estudiantes que adquieren su educación en centros educativos como son, escuelas o colegios, universidades, bibliotecas, negocios que se dedican a la venta de productos escolares y que tenga interés en la responsabilidad social y en el cuidado del medio ambiente. Así entonces,

debemos saber que contamos con empresas aquí en Colombia que pueden colaborar con el ideal de ahorro y de contribución al medio ambiente, particularmente de Santa Marta, papelerías como la Tauro, el Cid, entre otras, que puedan y quieran promocionar este cuaderno reciclado que favorece a disminuir la tala de árboles.

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

- Solidaridad.

- Integridad.

- Conciencia ambiental.

- Sentido de pertenencia.

- Regionalismo positivo.

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 se desarrolla normalmente en instituciones educativas donde se fomentan el aprendizaje y los deportes, de esta manera se relaciona con otros estudiantes y permite una comunicación más abierta entre estos, con los cuales comparte durante la semana; también comparte con sus docentes, con sus amigos y en ocasiones con los administrativos, conoce personal de aseo, y también se relaciona con sus familiares, cuando regresa a casa, cuando trabaja comparte con sus jefes y compañeros de trabajo. Debido al Estado de Excepción por Emergencia Sanitaria muchas de las situaciones cotidianas de una persona han cambiado, lo que

anteriormente podía ser universidad, casa, trabajo, gimnasio; se ha convertido en simplemente casa. Una semana normal antes era muy movida, hoy no lo es tanto. No obstante, poco a poco se ha vuelto a la normalidad y eso es lo que se espera, que nuestros usuarios en medio de la pandemia o no, procuren un pensamiento ambientalista y con sentido de pertenencia.

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

Necesidades:

- Que el cliente sea comprendido.
- Que se sienta escuchado.
- Crear confianza en el cliente para que siga comprando con nosotros.
- Producto económicamente asequible.
- Que satisfaga las necesidades y expectativas de la población estudiantil.
- Que no se discrimine a la hora de adquirir el producto.
- Calidad del producto.
- Que el producto sea llamativo e innovador.
- Con diseños únicos que reflejen el sentir y pensamiento de la población.

Tome las bondades descritas en el numeral 1 y explique cómo se ajustan a su cliente ideal descrito en el numeral dos, teniendo muy en cuenta sus anotaciones del numeral 3.

Las bondades que se ajustan o se adaptan al cliente.

- Regionalismo positivo.
- Conciencia ambiental.
- Calidad.
- Llamativo e innovador.
- Incentivar a las personas a cuidar el medio ambiente.
- Satisfacción de necesidades

Estas son las que más se ajustan porque el cliente pretende adquirir un producto justo que pueda suplir con sus necesidades, expectativas y busca sentirse identificado por la cultura de su región a través de la innovación que el producto le está brindando.

Ahora ya conoce a su cliente y sabe cómo su producto puede suplir la o las necesidades del mismo.

1. Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto.

Competidores.

En la ciudad de Santa Marta encontramos varias marcas que ofrece un producto similar y que tiene los mismos usos y beneficios:

- Multimedios publicitarios y merchandising: Ofrecen libros, agendas y cuadernos ecológicos.
- Kiut

- Bic
- Norma
- Primavera.

¿Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo?

Hablando de personas como clientes tenemos una proyección de 150.000 clientes potenciales, que están distribuidos entre estudiantes de centros educativos como colegios o escuelas, universidades, papelerías y centros comerciales en el área de papelería. El producto va dirigido para los jóvenes que cursan los grados de 6° a 11° que cuentan con la edad de 11 a 18 años, estudiantes que tengan interés en el cuidado del medio ambiente, así como también estudiantes de universidades, que cuentan con edades entre los 19 y 25 años aproximadamente donde el producto capte su interés y se vea incentivado a la protección del medio ambiente y la cultura a través de un producto a base del reciclaje. En cuanto a la población general muchas personas podrán verse interesadas y lo ideal es que todas las personas que quieran y deseen adquirirlo, lo hagan, no obstante, el producto tiene una población determinada a la que se espera venderlo.

¿Cuántas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo?

A pesar de que el segmento de mercado que tenemos establecido, que es una población de estudiantes activos, nuestro producto puede ser dirigido a otras personas de otras edades y diferentes ocupaciones, en el que el producto pueda suplir las necesidades (Población activa).

Cualquier persona puede adquirir nuestro producto, y se puede comprar en cualquiera de las empresas ya enunciadas. Son alrededor de 5, pero las papelerías no son descartadas del todo.

¿Cuántas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto?

Los clientes potenciales principalmente son estudiantes de edades de 11 a 25 años y diferentes personas que realicen diferentes ocupaciones, generalmente que los incentiven a tener conciencia ambiental, sentido de pertenencia por su región y apoyo a los emprendedores artesanales de la región. En este punto tampoco se descarta a aquellas empresas o instituciones que quieran comprar al por mayor, para repartir y/o también vender. Si una universidad quiere comprar para su población estudiantil, dicha venta se realizará.

¿Cuántas personas o negocios definitivamente suplirán sus necesidades con su producto?

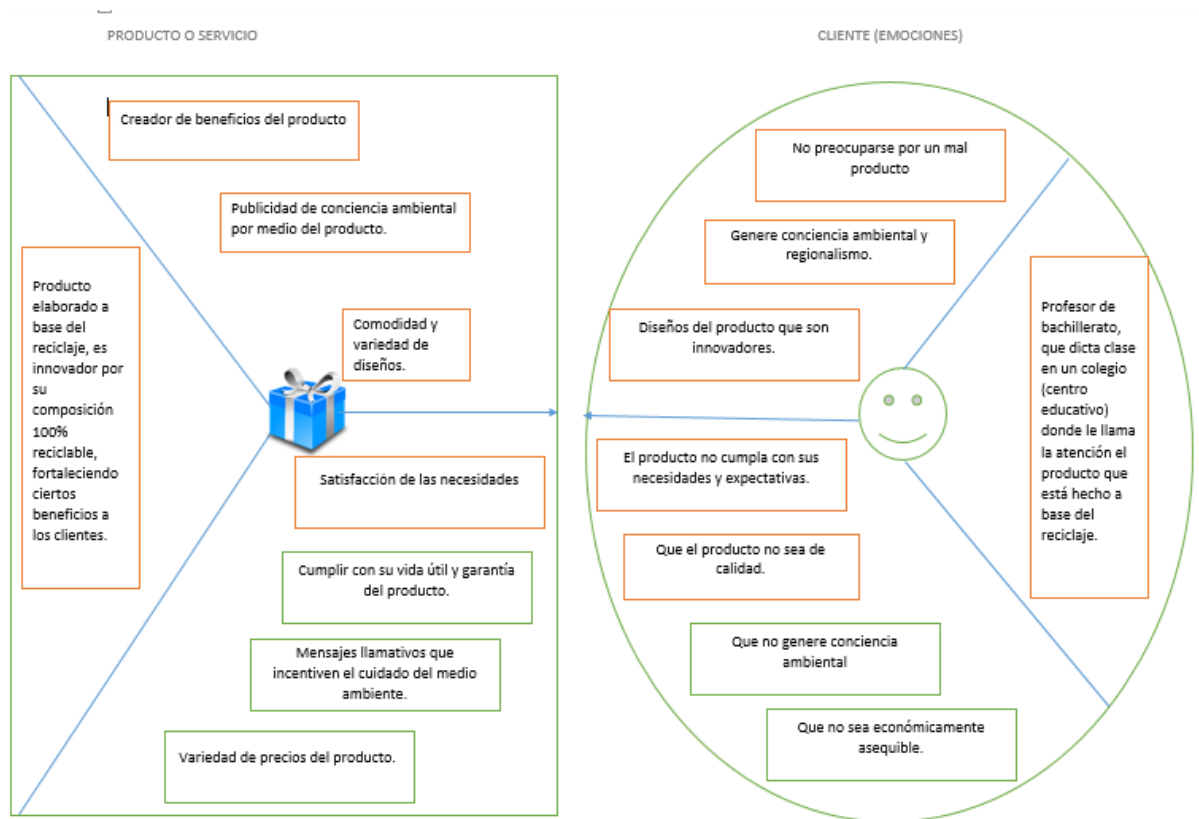
De la población que tenemos proyectada que son 150.000 clientes potenciales, que son estudiantes de colegio, universidades, negocios que venden productos escolares, quienes definitivamente van a realizar la compra se proyecta a un 60% de la población activa, de acuerdo a los cálculos de competencia.

Con lo anterior, acaba de definir su mercado potencial, disponible, meta y objetivo, siendo este último al que finalmente vale la pena realizar TODOS los esfuerzos para alcanzarlo (logística, mercadeo u otros esfuerzos promocionales)

Siempre tenga presente que segmentar conlleva a optimizar recursos y maximizar ingresos, pues sin dejar de ofrecer/vender productos a otros, ese segmento de clientes es el que representará la porción más representativa de ingresos o rentabilidad por cliente a nuestra compañía.

PROPUESTA DE VALOR

1. Desarrolla el perfil del cliente (Círculo) y el mapa de valor (cuadrado)



Teniendo en cuenta lo establecido en la tabla, se obtiene lo siguiente, se protege la integridad del producto, la facilidad de acceso, el conocimiento de la población colombiana, respecto de su propia cultura, es posible que el cliente o usuario se queje porque el producto no cumplió sus expectativas y lo que se espera que suceda es que no haya cabida a este tipo de frustraciones por parte de los usuarios, la idea es satisfacer las necesidades, mientras se contribuye con el medio ambiente, mientras se concientiza a las personas, estas personas podrán replicar con otras para que compren el producto, por la principal razón de que se colabora con el medio ambiente, que es labor de todos.

La innovación hace parte esencial de nuestro producto, pero también lo es la comprensión de nuestros usuarios, entendiendo cómo son, qué quieren y si comparten o no los ideales de protección ambiental, también; por su lado, queremos promover el sentido de pertenencia por el país, por la región, para conocer de cerca las alegrías de nuestros usuarios y poder aliviar las frustraciones. El producto en sí mismo pretende recomponer la sociedad ambiental, reconocer emociones, aplicar sentido de pertenencia, entender necesidades, nuestro producto muestra la historia del país para fomentar el conocimiento del mismo, el reciclaje, y el amor propio por la patria. No es solamente un cuaderno, es un papiro, una forma de conocerse a sí mismos y a los demás.

Declaración de la propuesta de valor:

Ficha técnica del producto / servicio
A. Nombre del producto o servicios: BIOBOOK.
B. Composición del producto (Materias primas) líneas de servicio o portafolio; papel y cartón reciclado, con sus diseños innovadores, regionalistas, nacionalistas y culturales.
C. Normas de calidad: Sistema de gestión ISO 9001 e ISO 20.000
Sistema de gestión del medio ambiente: ISO 14001 ISO 50001
Indicadores de calidad:

- Eficacia del producto
- Satisfacción del cliente
- Cumplimiento de Requisitos legales y normativos
- Nivel de innovación
- Efectividad de entrega
- Eficiencia en el uso de recursos
- Demora
- Inventarios de producto en proceso

D. Presentaciones comerciales (litro/kilo/ combos paquetes especiales):

Cuadernos de 50 y 100 hojas, tipos de hojas rayadas y cuadriculadas tamaño carta, pasta planificada, profesional tipo agenda, cuaderno normal y tipo de pasta normal o personalizada.

E. Tipo de empaque o embalaje (Diseño, Tamaño, Material) / Canal de información. Cajas donde se puedan empacar una gran cantidad de cuadernos, y sobres de burbujas, esto abaratará mucho los costos de embalaje, pero se utiliza demasiado para empacar una cantidad pequeña del producto, siendo fáciles de manipular.

F. Material de empaque / Publicidad / Brochure: Cajas de hechas de cartón contracolado y sobres burbuja están hechos de capas de resina de polietileno que ayudan a la protección del producto

G. Condiciones de conservación: Lugares que estén completamente lejos del alcance de la humedad, aislados para que ningún animal roedor dañen el producto.

H. Vida útil estimada / garantía: la vida útil de un cuaderno es de aproximadamente de 1 a 2 años, aunque también depende del uso de la persona.

I. Porción recomendada, servicios adicionales / recomendaciones por tipo de cliente: Sin atacar a los clientes de manera discriminatoria ante su segmentación geográfica y demográfica, queremos que los clientes se sientan satisfechos y felices cuando adquieran el producto y éste logre suplir con sus necesidades.

Elaboró: *Juan Camilo Rodríguez Villareal*

Revisó: *Daniela Esther Candanoza Ocampo*

Aprobó: *Dénaly Sophía García Gutiérrez*

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.

Identifique la base en la que se encuentra el producto para conocer las posibilidades de comercialización.

Introducción:

Necesidad que impresiona por primera vez el producto sale a la luz, durante esta fase se pueden hacer las respectivas modificaciones de los precios e ir recuperando los gastos iniciales y por consiguientes las ganancias que nos deja.

Crecimiento:

El crecimiento se calcula a partir de las ventas a los clientes potenciales que quieren adquirir el producto y si realmente fue de utilidad para su necesidad y los beneficios del producto al irlo adquiriendo comienzan a aumentar.

Madurez:

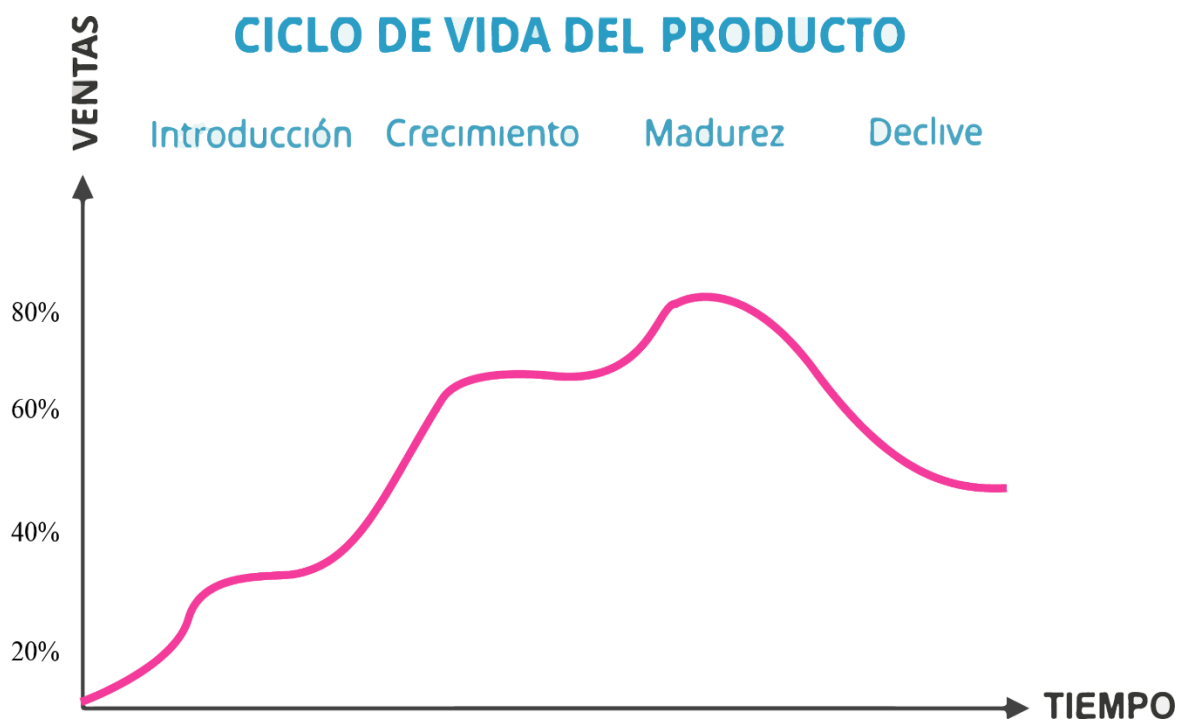
El producto llega a una fase en donde crece considerablemente y se mantiene arriba, participando en competencia con otras empresas, empieza su participación en el mercado y a darse a conocer como un producto.

Declive: eventualmente empiezan con la elaboración de productos similares, y el crecimiento de las ventas empieza a disminuir y llega a una etapa de declinación.

Desaparición:

Es la etapa final del producto, aquí se muestra que la participación en el mercado ha disminuido considerablemente y sus ventas no son muy favorables y empieza a dejar pérdidas, los mismos resultados hacen referente al retiro del producto del mercado, mientras se encuentran ciertas posibilidades de rediseñar. Si no se encuentran los respectivos diseños del producto, esto conlleva a su desaparición total.

Lo que se quiere con el producto es que no llegue a eso, al punto final de desaparecer, pues lo que se quiere de muchas maneras es cambiar la forma en cómo se ve el mundo, generando menos basura, y reciclando, que es algo que podemos hacer todos.



Nuestro producto se encuentra en la fase de introducción donde tomamos la necesidad y la convertimos en un producto, inicialmente se están haciendo pruebas y modificaciones con respecto a cómo se verá, precios, calidad, etc.

(Tomado de Espinoza R).

Definición estratégica

ISO 9000 (Ucha, 2012): Con esta norma se busca describir acepciones y conceptos importantes para mejorar la calidad en la organización que se aplican en:

- Organizaciones que quieren triunfar usando la implementación de la gestión de calidad.
- Los usuarios que desean sentir confianza en la capacidad de la gestión para otorgar productos y servicios que sean requeridos.
- Se necesita confiar en las empresas de suministro, para poder crear productos de calidad.
- Creación y organización del vocabulario para la gestión de calidad.
- Las organizaciones deberán evaluar los requisitos de la Norma ISO 9001.
- Proveedores organizarán la formación, la evaluación, y las asesorías para mejorar la gestión de calidad.
- Aquellos que realizan normas que se relacionan.

En cuanto a la norma Internacional que es taxativa con los conceptos y acepciones que se han implementado para la gestión de calidad, y los sistemas para la organización de la calidad que se dan con el Comité Técnico ISO/TC 176.

-ISO 9001: Para la implementación de este sistema se debe propender la organización para crecer en el desempeño dentro de las empresas, pero a su vez, hacerlo, pero también a otros niveles, como lo es el nacional o el global. Esto, a su vez, promueve el desarrollo autosustentable, por lo que es importante aplicarlo a los proyectos.

Las ventajas principales que obedecen a la implementación de esta estrategia son:

- a) Oportunidad de otorgar productos y servicios que permitan cumplir con los requerimientos del cliente, así como las legalidades y los respectivos reglamentos que haya que usar.
- b) Crear espacios para ampliar la satisfacción del cliente.
- e) Identificar riesgos y oportunidades de acuerdo al entorno y objetivos.
- d) Integrar la adecuación de los requisitos para la gestión de calidad.

La Norma Internacional indica lo siguiente:

“Emplear el enfoque a procesos, que incorpora el ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA) y el pensamiento basado en riesgos. El enfoque a procesos permite a una organización planificar sus procesos y sus interacciones. El ciclo PHVA permite a una organización asegurarse de que sus procesos cuenten con recursos y se gestionen adecuadamente, y que las oportunidades de mejora se determinen y se actúe en consecuencia”.

Por otro lado, se tiene lo siguiente:

“El pensamiento basado en riesgos permite a una organización determinar los factores que podrían causar que sus procesos y su sistema de gestión de la calidad se desvíen de los resultados planificados, para poner en marcha controles preventivos para minimizar los efectos negativos y maximizar el uso de las oportunidades a medida que surjan”.

-ISO 9004: La norma ISO 9004 recoge las directrices para la gestión de la estrategia, la gestión de los riesgos, la gestión del conocimiento, la gestión de la innovación o la gestión del ciclo de vida entre otros. ISO 9004 busca triunfar para mejorar continuamente, genera independencia, también se requiere la satisfacción de los clientes, y sobrevivir económicamente.

Esta norma crea el camino para las organizaciones y/o empresas que quieran expandir conocimientos luego de la ISO 9001, todo esto con el fin de continuar el logro y la evaluación de la organización para ir hacia la excelencia. La ISO 9004 recurre a la investigación del ISO 9001, busca su evolución y entrega indicaciones para impulsar a la empresa. Esto beneficiará a la empresa, y las empresas con las que se relacione.

ISO 14001: Sistemas de Gestión Ambiental

La ISO 14001 es una norma internacional que contiene los requisitos necesarios para implantar un Sistema de Gestión de Medioambiental. Proporciona a las organizaciones la posibilidad de instaurar un SGMA que demuestre un desempeño ambiental válido.

El estándar ISO 14001:2015 aporta una vertiente verde a las organizaciones, siendo considerado uno de los principales mecanismos competitivos a día de hoy en el mundo empresarial.

ISO 50001: GESTIÓN DE LA ENERGÍA

ISO 50001:2011 es una normativa Internacional de reciente publicación, desarrollada por ISO (International Organization for Standardization) en el que se determinan los requisitos para la gestión de la energía en una organización. (Software, ISO).

Esta norma es de aplicación en todo tipo de empresas y organizaciones independientemente de su tamaño o actividad.

Como todas las Normas ISO de reciente creación, promueven además la integración de la Gestión de la Energía con los demás sistemas de gestión existentes, ya sean de gestión de Calidad (ISO 9001) como sistemas de gestión medioambiental ISO 14001 u otros.

Ley 9 de 1979: Reglamenta las actividades y competencias de salud pública para asegurar el bienestar de la población y la protección del medio ambiente.

Lista de materiales y maquinaria

- papel reciclado
- cartón
- tintas
- hilo
- pulper
- Máquina para imprimir líneas con discos
- Cortador de Papel Semiautomático
- Máquina para coser libretas

- anillos

Proceso de producción

Para fabricar el papel, las fibras de celulosa -vírgenes o recicladas- se mezclan con agua en un gran recipiente llamado pulper, y esa mezcla pasa a la máquina papelera. En la máquina, la mezcla de agua y fibras se coloca sobre una larga banda conducida por rodillos. A continuación, se va retirando el agua por varios procedimientos: gravedad, vacío, presión y secado. Y finalmente obtenemos una enorme hoja de papel, que se enrolla para formar una bobina.

La fabricación del cuaderno se inicia por el rebobinado de papel. En este proceso se colocan grandes rollos de papel denominados bobinas en la máquina de cuadernos, la cual traslada el papel por distintos rodillos a velocidades superiores a 300 mts/min para asegurar su tensión y eliminar cualquier arruga que exista en el material.

El siguiente paso es la impresión. En este proceso se hace circular el papel de los rollos por las baterías de impresión, que no son más que rodillos de caucho con diseños grabados de los distintos rayados de los cuadernos (línea 1, 2 líneas, cuadros, parvularios, etc.).

Las tintas son de color azul o gris. (Rodríguez, 2012).

El próximo paso es el de corte y conteo. En este proceso el papel ya rayado circula por debajo de una cuchilla que con exactitud y a gran velocidad corta el papel en segmentos y del mismo tamaño del cuaderno.

La siguiente etapa es la colocación de las carátulas y los respaldos. Cerca de la banda principal de la máquina se colocan insertadores.

El último paso es coser las hojas y las carátulas.

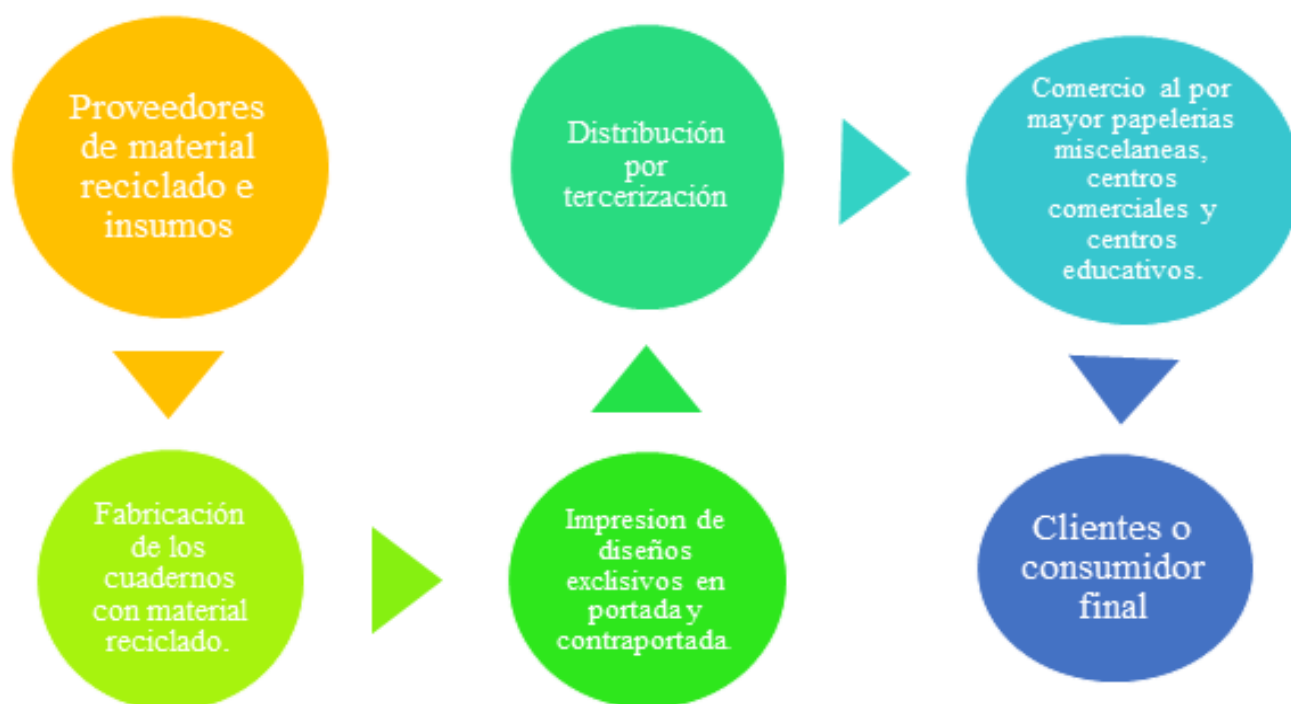


Cadena de distribución

El producto se distribuirá principalmente al por mayor, se llevará a las papelerías, misceláneas y centros comerciales o ya sea el caso para pedidos grandes de algún cliente en específico que quiera un diseño especial. Es así como la cadena se basa en Producción - comercialización al por mayor - cliente. También se planea vender de mano a mano, cualquier cliente interesado será un

potencial buyer persona. Esto es lo innovador y positivo de la empresa. Reconocer las ventas al por mayor, es también importante para la empresa, como lo es la creación de páginas y de todos los medios de distribución suficientes.

Gráfica cadena de distribución



Costos de producción (Producto C/u)	\$20.000
Costo unitario de materiales (Materia prima, costos de cada material, insumos)	
- kilo de papel reciclado	\$500
- Cartón conglomerado	\$10.990
- hilo (1074 metros)	\$5.000
Costo unitario de mano de obra (Persona que trabaja para la fabricación del cuaderno)	
-Proceso de fabricación de hoja por día	\$ 50.000
Costo unitario CIF (Costos indirectos fijos) Son los costos que no van relacionados con la fabricación del producto, pero que sirven para definir el costo final del producto ejemplo: Transporte, publicidad, logística o distribución, impuestos, servicios públicos,	\$100.000
Costo total unitario	\$166.490

Indicadores de calidad:

1. Eficacia del producto
2. Satisfacción del cliente
3. Cumplimiento de Requisitos legales y normativos
4. Nivel de innovación
5. Efectividad de entrega

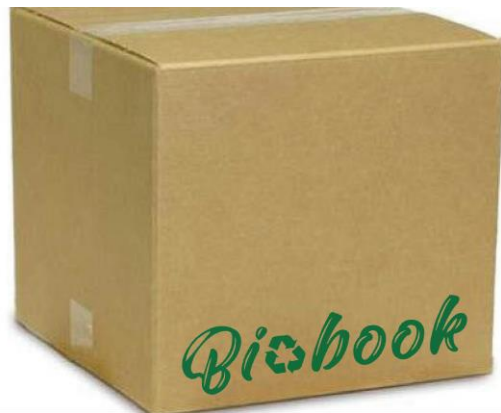
6. Eficiencia en el uso de recursos
7. Demora
8. Inventarios de producto en proceso
9. Competitividad
10. Funcionalidad

Diseño del empaque del producto:

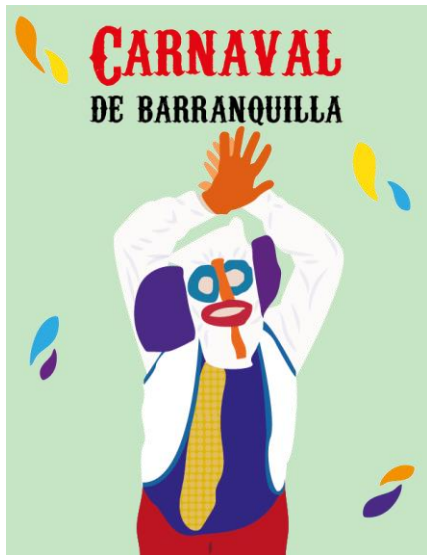
Empaque venta individual:



Empaque de venta en por mayor:



Diseño del producto:



- Identifica la fase en la que se encuentra el producto dentro del ciclo de vida del producto.

Características del producto o servicio

El producto a realizar es un cuaderno hecho con papel reciclado y además contiene ilustraciones sobre las festividades colombianas.

Las características a plasmar del prototipo son las siguientes:

-Ilustraciones sobre festividades colombianas

-Hojas de papel reciclado

-Portadas de cartón

-Colores reales que llevaría el cuaderno

-Información sobre dicha festividad

Características del prototipo

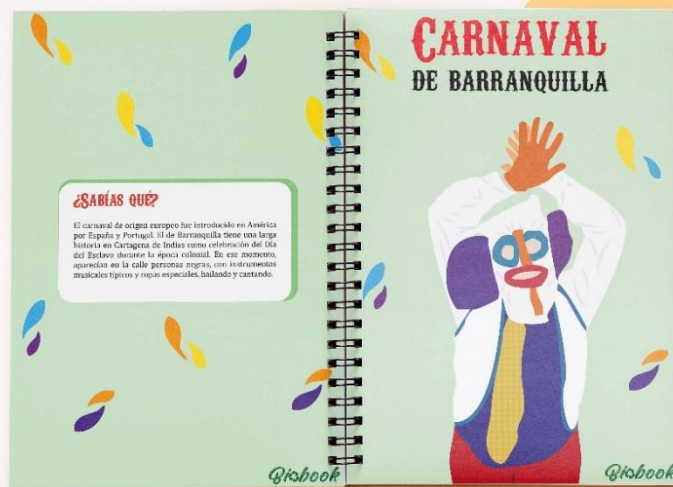
Como el prototipo es un cuaderno, y uno de sus principales atractivos son las ilustraciones en la portada, se realizó un proceso de recopilación de las distintas festividades colombianas, luego de esto, se escogió una de las más populares, en este caso el carnaval de barranquilla y se hizo una ilustración digital referente a esta, que iría ubicada en la portada, para el reverso del cuaderno, también se realizó una pequeña investigación del surgimiento del carnaval de barranquilla y se usó una frase clave para dar respuesta a esto y así darle un plus, lo ideal es hacerlo con mayores festividades, con historias y con la cultura de nuestro país, poco a poco aumentando el conocimiento.

Luego de la parte digital procedimos a imprimir las portadas para colocarlas sobre un cuaderno hecho con papel reciclado para simular la experiencia real.

¿Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo?

La interacción entre el cliente y el prototipo se pretende hacer en bibliotecas, librerías y tiendas donde el usuario pueda observar, tocar y analizar de una manera adecuada el prototipo, y nos pueda dar recomendaciones o posibles mejoras para nuestro producto, además de eso aplicar una encuesta a los que lleguen a observar el prototipo, y así tener mejores resultados.

Evidencia del prototipo





MODELO RUNNING LEAN

<p>Problema</p> <p>Los productos deben ser más potenciales, que se logre más impacto a la población, que no vea el producto como una segunda opción y</p>	<p>Solución</p> <ul style="list-style-type: none"> - Producto económica mente asequible - Satisfaga las necesidades de los clientes. - Calidad del producto 	<p>Propuesta de valor única.</p> <p>El producto (BIO BOOK) está fabricado de material reciclado, con el objetivo de brindar innovación en el mercado satisfaciendo necesidades y generar conciencia en el</p>	<p>Ventaja injusta</p> <p>Tiene la mayoría de las funcionalidades, los clientes no están interesados en un producto que acumule funciones, sino solo la que cumpla con su necesidad.</p>	<p>Segmento de clientes</p> <p>El producto está destinado a toda la región del caribe, en el magdalena donde la población y mayor parte la de estudiantes y personas que</p>
--	---	--	---	---

<p>satisfaga sus necesidades.</p>	<p>Métricas</p> <p>Clave</p> <p>Que es un producto confiable, nuevo e innovador en todos los sentidos.</p>	<p>cuidado del medio ambiente.</p> <p>También cuenta con ilustraciones e información referente a las festividades colombianas, para generar conciencia de dónde provienen estas</p>	<p>Canales.</p> <p>Instagram:</p> <p>Realizamos publicidad y ofrecemos el producto.</p>	<p>trabajan en centro educativos y/o papelerías misceláneas que venden útiles escolares.</p>
<p>Estructura de costos.</p> <p>Materia prima: (Kilo de papel reciclado, cartón conglomerado, hilo 1074 metros).</p>		<p>Fuentes de ingresos.</p> <p>Distribución por tercerización (mejoramiento de la eficiencia y enfoque en las competencias básicas).</p>		

<p>Personal para su fabricación: (Proceso de fabricación de hoja por día.</p>	<p>Comercio al por mayor (papelerías, misceláneas, centros comerciales y educativos.</p>
<p></p>	<p></p>
<p></p>	<p></p>

Defina el objetivo de investigación:

- Identificar y conocer las actitudes que tienen los consumidores hacia el producto, identificando sus hábitos de compra y hábitos de consumo.
 - Conocer el alcance que puede tener el producto.
2. Determine el tipo de investigación a realizar (Cuantitativo o cualitativo).

Tipo de investigación cualitativa:

El producto está enfocado a las cualidades de los consumidores, conociendo de manera inmediata sus expectativas, su segmentación, a qué grupo de clientes pertenece, como es el comportamiento que este presenta y que es lo que piensa y espera del producto, de esta manera hacemos un breve descubrimiento de las ideas con respecto a lo que se investiga.

Determine el tamaño de la muestra

Fórmula estadística de la muestra.

n: muestra (número de personas representativo de la población al que se va a encuestar).

N: población (conjunto de personas con características similares de las cuales se desea obtener información).

Z: nivel de confianza (mide la confiabilidad de los resultados. Lo usual es utilizar un nivel de confianza de 95% o de 90%. Mientras mayor sea el nivel de confianza, mayor confiabilidad tendrán los resultados, pero, por otro lado, mayor será el número de la muestra).

e: grado de error (mide el porcentaje de error que puede haber en los resultados. Lo usual es utilizar un grado de error de 5% o de 10%. Mientras menor sea el margen de error, mayor validez tendrán los resultados, pero, por otro lado, mayor será el número de la muestra).

p: probabilidad de ocurrencia (probabilidad de que ocurra el evento. Lo usual es utilizar una probabilidad de ocurrencia de 50%).

q: probabilidad de no ocurrencia (probabilidad de que no ocurra el evento. Lo usual es utilizar una probabilidad de no ocurrencia del 50%).

$N = 1,342,000$ (Población magdalena)

$Z = 1,88$

$e = 0,07$

$p = 0,5$

$$q = 0,5$$

$$n = \frac{(Z^2 pq N)}{(Ne^2 + Z^2 pq)}$$

$$n = \frac{(3,53 \times 0,5 \times 0,5 \times 1,342,000)}{(1,342,000 \times 0,0049 + 3,53 \times 0,5 \times 0,5)}$$

$$n = \frac{1,184,315}{6,575,8 + 0,88}$$

$$n = \frac{1,184,315}{6,576,68}$$

n= 180, 1

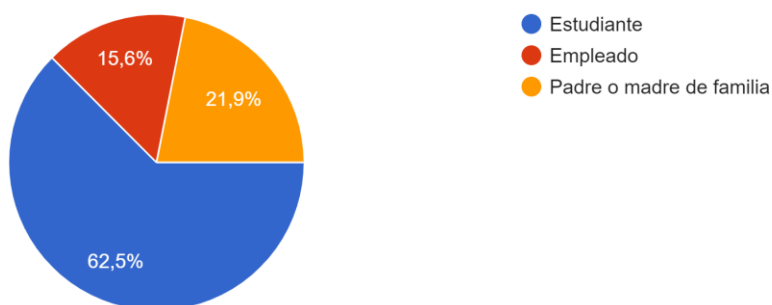
Diseñe el formulario de encuesta, entrevista o focus grupal.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfpIplYwZ9PLGK_-jUd9hLGuCOjikceRMnim8taa0zVI_XM_g/viewform

La parte del Lean Canva que queremos validar por medio de las encuestas es la propuesta de valor, ya que explicamos las características del cuaderno, también queremos validar las necesidades del cliente porque de esta manera comprenderemos sus intereses, para poder vender lo que supla esas necesidades, por otro lado, queremos validar los precios y los riesgos, de esta manera tenemos un alcance mayoritario de la posible vista del mercado en el que haremos inserción. Todo esto se hará bajo la hipótesis de concientización sobre el medio ambiente, pero también sobre la mera necesidad de comprar cuadernos que gran parte de las comunidades estudiantiles tienen. Finalmente, procederemos a estudiar con las encuestas a estudiantes, ya sea de colegio o de universidad, cuando sea necesario a los padres de los menores de edad también se le practicará la encuesta, pues son estos quienes les compran los útiles escolares a los niños, niñas y adolescentes.

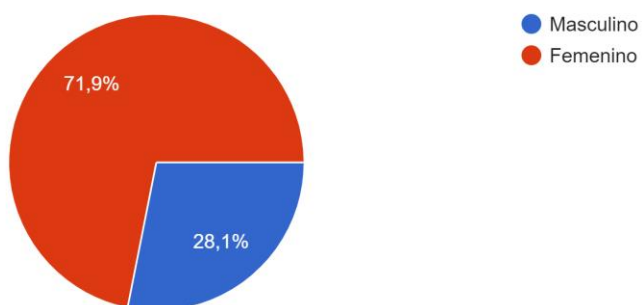
Tabulación

Ocupación
32 respuestas



El 62,5% de nuestros encuestados son estudiantes, y esta encuesta es mayormente dirigida a estudiantes ya sea de colegios o universidades, por lo que pudimos recoger información que tiene bastante interés hacia el sector donde estamos proyectados.

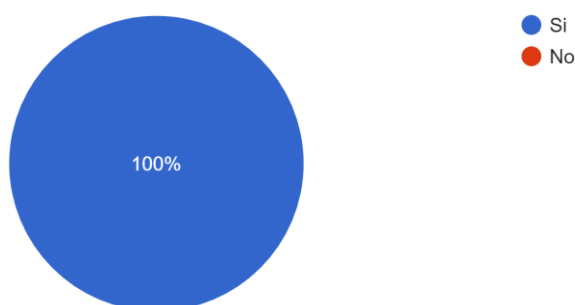
Sexo
32 respuestas



La mayoría de nuestros encuestados con el 71,9% son femeninos, y con una minoría de 28,1% tenemos el público masculino, esto demuestra que a las mujeres les llama más la atención un producto creativo, ecológico e informativo que a los hombres, sin afirmar que a ellos no les interesen estas cosas.

¿El producto cumple con sus necesidades a la hora de adquirirlo?

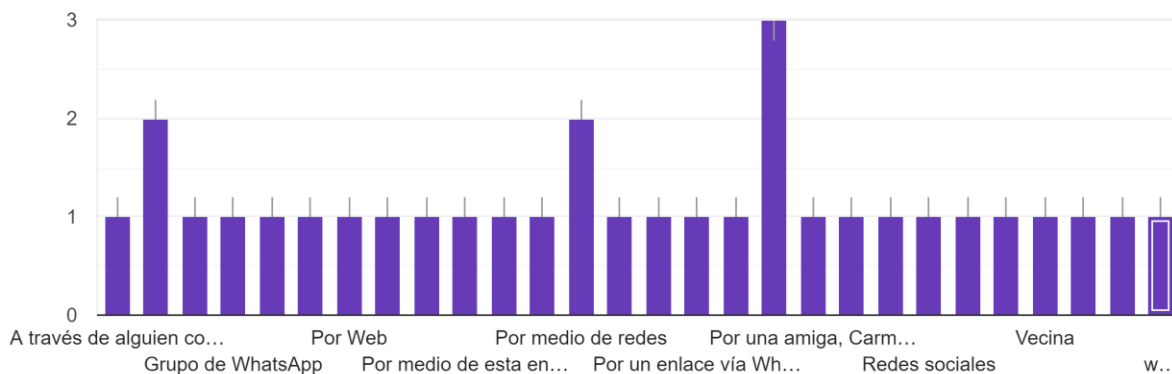
32 respuestas



Tenemos una totalidad de 100% que nos indica que estamos haciendo un buen trabajo definiendo que características vamos a plasmar en nuestro producto para satisfacer las necesidades del público objetivo.

¿Cómo conoció el producto?

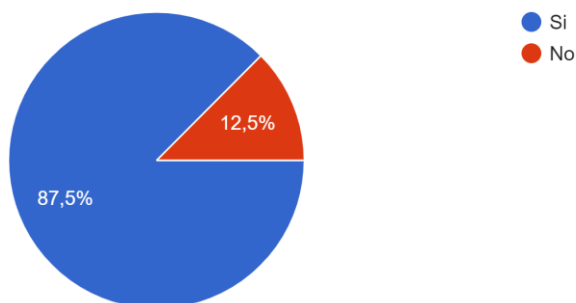
32 respuestas



A todas las personas que se encuestaron se les dio a conocer el producto por whatsapp al enviar el link por grupos, a personas por privado, y subiéndolo a estados para tener un mayor alcance.

¿Los precios van de acuerdo con sus características principales?

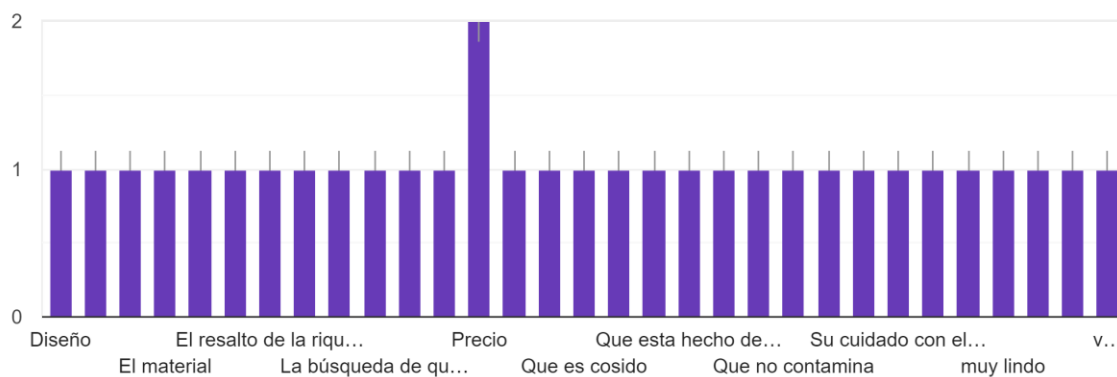
32 respuestas



El 87,5% está de acuerdo con el precio establecido, mientras el 12,5% no lo está, y esto puede ser debido a que en el mercado se pueden encontrar productos similares a menor precio, y este no se acomoda a sus necesidades, ni a su presupuesto.

¿Qué llamo su atención el producto?

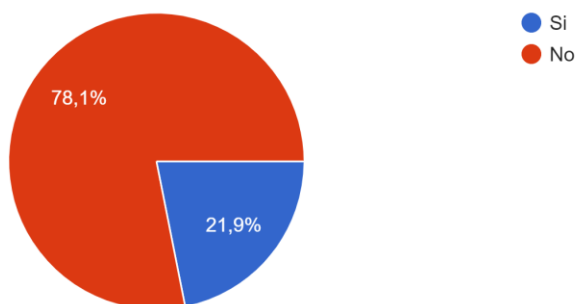
32 respuestas



Como pregunta abierta tuvo diversas opiniones, ya sea que les llamó la atención por diseño, materiales, información, precio, que es ecológico, etc., y estas fueron principalmente las características que queríamos resaltar del producto.

¿Conoce algún producto que cumpla con las mismas características del producto que estamos ofreciendo?

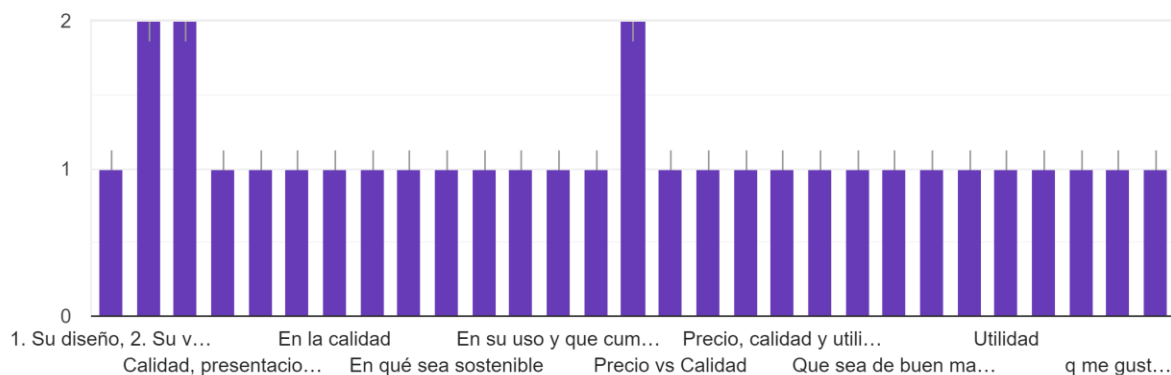
32 respuestas



Podemos ver que el 78,1% de las personas no tienen conocimiento de un producto que tenga las mismas características que el que nosotros ofrecemos, mientras que el 21,9% si tiene conocimiento de un producto similar, esto indica que son productos poco comerciales.

¿En que se basa usted para conseguir un producto?

32 respuestas



Aquí podemos recopilar las características en las que se basan algunas personas para escoger un producto, tales como, diseño, calidad, ecología, precio, utilidad, etc., de esta manera podemos evaluar si nuestro producto cumple con las características necesarias para llegar al público.

¿Cuáles son las características que te hacen adquirir este producto antes que otros?

Cumple con mis expectativas

Que en su contraportada reporta información importante

Que este es de material reciclable y su precio va acorde con sus materiales

La información que brinda y lo ecológico

Se caracteriza por ser ecológico y muestra los lugares del Magdalena

Ayuda a la disminución del daño del medio ambiente

Por ser un buen producto

Contribución

Que con este se tiene la capacidad de elegir cómo lo quiere y se hará según lo que pedí no según las opciones que tengan

calidad

Que es ecológico y funcional

Precio

Su ecología y ayuda al planeta

Interés cultural

precio

Su aporte ambiental y apoyo a la cultura

Que es agradable con el medio ambiente

Dinámico y educativo

Calidad, función

Que aporta un granito de arena al medio ambiente.

Su diseño y colaboración al medio ambiente

Calidad

su confiabilidad

Que su diseño está inspirado en la región del Magdalena medio

Su autenticidad en los diseños

La creatividad y la innovación que se quiere plasmar.

Que tiene creatividad acerca de las festividades del departamento del magdalena

Los beneficios

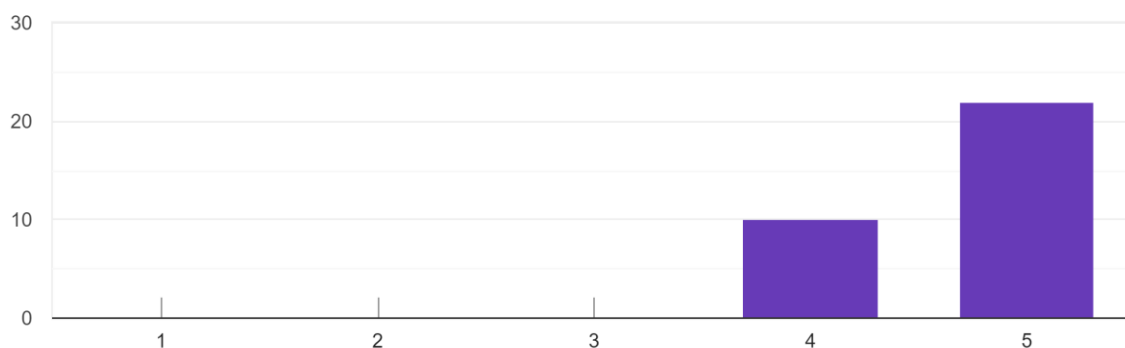
Que está hecho de material reciclado y me interesa aportar al medio ambiente menos contaminación

Que la Portada sea dura y sea de buen material.

Ahorro de papel y ayuda al medio ambiente

¿Cómo evalúas el potencial que tiene el producto?

32 respuestas



Podemos observar que 10 personas califican nuestro producto con un 4 en escala de potencial y los 12 restantes con un 5, con lo que podemos concluir que nuestro producto es altamente viable para salir al mercado y tendrá un alto porcentaje de aceptación.

Si la pregunta anterior fue deficiente o malo ¿Qué mejoras o recomendaciones nos daría para mejorarlo?

Ninguna

Nada

No

Bien producto

Saber qué personas lo comprarían y hacer del mismo un buen uso

Que vinculen en la información algo general de importancia nacional para que el deseo de adquisición sea general o que piensen en crecer para crear algo similar en cada departamento.

Ninguno

Un boceto del producto

Opciones de tamaño

que se utilice también otro tipo de papel un poco más resistente ya que a veces se despega

ninguna

Mi respuesta fue positiva.

Cosas nuevas que vayan con el producto

N.A.

muy bueno

Precio más accesible

Nada, todo perfecto

Ninguna.

Bajar el precio.

Ninguna

no hay deficiente

Que sus diseños sean variados

Disminuir un poco el costo para que sea más accesible al público.

Me parece excelente

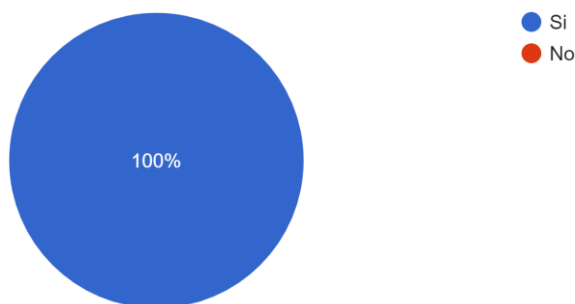
Todo perfecto

Para mí todo está muy bien, los felicito por darle uso al material desechable.

nada.

¿Recomendarías el producto a otras personas?

32 respuestas



Todas las personas que diligenciaron la encuesta respondieron si a recomendar el producto, lo que significa que tiene potencial para llegar a un alto número de personas y de difundirse.

¿Qué opinas acerca de este producto? o ¿Qué recomendaciones nos harías?

Muy buen producto

Nada

Ninguna

Quizás disminuir el costo

Que llama mucho la atención, que sepan a qué tipo de personas lo venderían y que hagan buen uso del mismo

Me parece interesante el producto y la recomendación es la misma que ya dejé plasmada antes.

Es buen producto que puede desarrollarse de manera nacional e internacionalmente

Es un excelente producto y lo recomiendo

Que se den más modelos, además

su precio es muy barato.

Que tuviera información de Turismo

A medida que vayan creciendo, explorar tradiciones de otras regiones de Colombia para promocionarlas.

muy bueno

Me parece muy bueno.

Los precios buscar una forma de mercado diferente

Es un buen producto.

Cuenta con un buen diseño el cual cuenta la historia de nuestra región. Además, parece ser un producto viable amigable con el medio ambiente.

Esta interesante, pero Revisar el costo a colocar

Que sea un poco más accesible (precio) porque fácilmente se puede comprar un mismo cuaderno con las mismas características un poco más económico

Me parece excelente plasmar la diversidad de la región del magdalena en sus diseños y que apoyemos el reciclaje

Lo considero un proyecto interesante y una pieza de mucho valor.

Me parece algo diferente y sobre todo muy creativo

Excelente

Sería muy genial si lo hicieran con un material biodegradable que se pueda arrojar a cualquier lugar sin contaminar, y que además tenga una semilla para cuando lo tiren la semilla pueda germinar.

Que es excelente por el material que están usando, darle buena Propaganda para que todos conocieran bien este producto.

Es un muy buen producto.

CONCLUSIONES

Mediante el desarrollo de este proyecto buscamos desarrollar una idea de negocio que hiciera un aporte significativo a la comunidad, tomando como base una necesidad presente en la sociedad, que en este caso es culturizar a los estudiantes y a la vez concientizarlos sobre el deterioro ambiental que se está produciendo actualmente, para eso tratamos de enfocarnos en hacer nuestro producto creativo, económico y de buena calidad.

Buscamos estudiar a nuestro público y saber de que manera podíamos hacer nuestro producto atractivo a sus necesidades, y tomar todas las recomendaciones echas por nuestro público para generar una idea estable y con la que el cliente pueda identificarse.

Según toda la información recolectada por medio de las encuestas nuestro producto tiene un alto potencial de ser comercializado, y cuenta con alta aceptación dentro de la población estudiada, sin embargo, siempre hay detalles que pulir y tomar en cuenta, por eso hay que continuar e implementar nuevas maneras para conocer de una manera más específica al público que nos dirigimos y plantear nuevos estudios, aún más profundos para darle más peso a la idea que se piensa desarrollar, como por ejemplo, ahondar más en los factores económicos, políticos, sociales, ecológicos y tecnológicos, que pueden afectar nuestra idea.

Referencias

A, A. *Software ISO M. Ambiente y Energía*. Recuperado de:

<https://www.isotools.org/normas/medio-ambiente/iso-14001>

A, A. Manek. *Máquina para imprimir líneas sobre el papel con discos-a dos lados con dos colores*. Recuperado de:

<https://maneklalexports.com/Espanol/SmallScale/ExerciseBookMkg.htm>

A, A. *El papel, cómo se hace*. Recuperado de:

<http://www.aspapel.es/el-papel/como-se-hace>

Espinosa, R. *Ciclo de vida de un producto*. Recuperado de:

https://www.google.com/search?q=ciclo+de+vida+de+un+producto&rlz=1C1CHBF_esCO926CO926&sxsrf=ALeKk01NMg2syXHWjqCm6vGfs1aqRmi95A:1605579858941&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwj19pmJw4jtAhUkZN8KHd1oAEEQ_AUoAXoECB4QAw&biw=1366&bih=657#imgrc=2rupFI2TG__kwM

INNpuls, Colombia. (Abril, 2019) *Conozca cómo ha apoyado MinComercio e iNNpuls el emprendimiento y la innovación en el Magdalena*. Recuperado de:

<https://innpulsacolombia.com/innformate/conozca-como-ha-apoyado-mincomercio-e-innpuls-el-emprendimiento-y-la-innovacion-en-el>

Rodríguez, A. (2012) *Elaboración de un cuaderno*. Recuperado de:

<https://vivalanuevatecnologia.wordpress.com/2012/04/08/elaboracion-de-un-cuaderno/#:~:text=Dependiendo%20de%20sus%20formatos%20y,por%20el%20rebobinado%20de%20papel.>