

Goba!

Puentes Rodríguez Javier Ricardo

Corporación Unificada Nacional de educación superior (CUN)

Diseño Gráfico 6to semestre

Cumbre

Opción de Grado 2

Bogotá D.C 2017

Goba!

Puentes Rodríguez Javier Ricardo

Trabajo de grado para obtener el título de tecnólogo en Diseño gráfico

DOCENTE: CARLOS ALBERTO LOZANO MORENO

Corporación Unificada Nacional de educación superior (CUN)

Diseño Gráfico 6to semestre

Cumbre

Opción de Grado 2

Bogotá D.C 2017

Tabla de contenido

1. MATRIZ ESTRATEGICA.....	5
1.2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	5
1.3 OBJETIVO GENERAL	5
1.4 IDENTIDAD ESTRATEGICA.....	5
1.5 FUTURO PREFERIDO	5
1.6 IDENTIDAD DE LAEMPRESA	6
1.7 OBJETIVOS	6
1.7.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	6
1.8 VALORES CORPORATIVOS	7
1.9 MARCO LEGAL	7
1.10 PESTEL	8
POLÍTICOS	8
ECONOMICOS	8
SOCIO CULTURALES.....	8
TECNOLOGÍA	8
LEGISLACIÓN	8
ECOLOGÍA	8
1.11 FUERZAS PORTER	9
1.11.1 NUEVO COMPETIDORES	9
1.11.2 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES.....	9
1.11.3 RIVALIDAD DEL SECTOR.....	9
1.11.4 PRODUCTOS SUSTITUTOS	9
1.11.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES	9
1.12 ANALISIS DOFA	10
2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADOS OBJETIVO GENERAL	11
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	11
2.3 DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO	12
2.3.1 MERCADO OBJETIVO.....	12

2.4	METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN	12
2.4.1	ACERCAMIENTO	12
2.4.2	METDODOLOGIA DE MUESTRA	13
2.4.2.1	GUSTO.....	13
2.4.2.2	CONOCIMIENTO	13
2.4.2.3	RESULTADO	14
2.4.2.4	EXPECTATIVA	15
2.5	ANALISIS DE INVESTIGACIÓN	16
2.5.1	TABLA DE REFERENCIAS	16
2.5.2	PORCENTAJES.....	16
2.5.2.1	GUSTOS	16
2.5.2.2	CONOCIMIENTO	19
2.5.2.3	RESULTADO	21
2.5.2.4	EXPECTATIVA	24
2.6	ANALISIS DE GUSTOS	27
2.7	ANALISIS ENCUESTA GENERAL DE GUSTOS	27
2.8	ANALISIS DE CONOCIMIENTO.....	27
2.8.1	ANALISIS ENCUESTA GENERAL DE CONOCIMIENTO	28
2.9	ANALISIS DE RESULTADO.....	29
2.9.1	ANALISIS ENCUESTA GENERAL DE RESULTADO.....	29
2.10.1	ANALISIS ENCUESTA GENERAL DE EXPECTATIVA...	31
3.	PROYECCIÓN DE VENTAS.....	32
4.	CONCLUSIÓN	34
5.	BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFIA.....	35
6.	CARACTERISTICAS DEL PROTOTIPO	36

1. MATRIZ ESTRATEGICA

1.2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Goba! es una empresa que fabrica libretas, bitácoras y cuadernos de bocetos con diseños e ilustraciones de su autoría en sus portadas, también puedes elegir diferentes papeles y darnos tu diseño para hacer tu libreta personalizada.

1.3 OBJETIVO GENERAL

Hacer libretas, bitácoras y cuadernos de bocetos de fácil asequibilidad para los estudiantes de bellas artes de la Corporación Unificada Nacional (CUN) ubicada en Bogotá/Centro.

1.4 IDENTIDAD ESTRATEGICA

Hacemos bitácoras libretas y cuadernos de bocetos que pueden ser personalizadas por nuestros clientes, al estar más cerca de ellos podrán acceder a nuestros productos de una forma más rápida los estudiantes de diseño gráfico de la CUN.

1.5 FUTURO PREFERIDO

Ser en el 2020 una locación reconocida por los estudiantes de bellas artes, vendiendo variedad de libretas cerca de los sectores de instituciones ubicados en el centro de Bogotá.

1.6 IDENTIDAD DE LA EMPRESA

El isologo de **Goba!** está representado en dos partes, primera, la tipografía “**Goba!**” representa lo manual y creativo de la empresa al cambiar el orden común de las letras y los calibres de las mismas ahorrando espacio al poner la **O** y la **B** en una misma línea y la segunda, las libretas y la repisa, ambos en su forma más más abstracta. A demás el logo se podrá adaptarse según el tipo de ilustración que quiera el cliente, demostrando que nos adaptándonos según los gusto del cliente.



1.5.2 COLORES INSTITUCIONALES

Negro: Expresa elegancia, sobriedad, prestigio, estilo y modernidad.

1.7 OBJETIVOS

1.7.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1.7.1.1

Buscar proveedor con precios justos para conseguir la materia prima para que los precios del costo de venta de la libreta sean asequibles a los estudiantes de bellas artes.

1.7.1.2

Generar una difusión de los productos en las facultades de bellas artes, potencializando la compra de estos

1.7.1.3

Comprar ilustraciones o diseños para dar variedad a las portadas de las libretas.

1.8 VALORES CORPORATIVOS

Pasión al realizar las libretas buscando la forma de mejorar y de buscar mejores materiales para la durabilidad de cada una de ellas.

Puntualidad para entregar los encargos pedidos para nuestros clientes que necesiten un producto a corto plazo.

Creatividad para realizar nuevos diseños atractivos en las portadas, también hacer diferentes tipos de encuadernados para nuestros clientes.

1.9 MARCO LEGAL

Decreto 1162 del 13 de abril de 2010, Por el cual se organiza el Sistema Administrativo Nacional de Propiedad Intelectual y se crea la Comisión Intersectorial de Propiedad Intelectual.

Decreto 4835 de 2008, "Por el cual se modifica la estructura de la Dirección Nacional de Derecho de Autor y se dictan otras disposiciones."

Decreto 4834 de 2008, "Por el cual se modifica la Planta de Personal de la Dirección Nacional de Derecho de Autor."

Decreto 1879 de 2008 "Por el cual se reglamentan la Ley 232 de 1995, el artículo 27 de la Ley 962 de 2005, los artículos 46, 47 y 48 del Decreto Ley 2150 de 1995 y se dictan otras disposiciones."

Decreto 1070 de 2008 "Por el cual se reglamenta el artículo 26 de la Ley 98 de 1993".

Decreto 4540 DE 2006

"Por medio del cual se adoptan controles en aduana, para proteger la Propiedad Intelectual.".

Decreto 2041 DE 1991 "Por el cual se crea la Dirección Nacional del Derecho de Autor como Unidad Administrativa Especial, se establece su estructura orgánica y se determinan sus funciones".

1.10 PESTEL

POLÍTICOS	ECONOMICOS	SOCIO CULTURALES
Actual mente no habrá cambio de presidente, hay un proceso de revocatoria contra el alcalde de Bogotá, en caso de su revocatoria no afectará el negocio.	No se espera ningún incremento fuerte en el costo del papel, en caso de un incremento el costo de las libretas no se verán afectadas	Goba! busca mejorar y saber relacionarse con sus clientes, venderá al cliente sin importar su procedencia
TECNOLOGÍA	LEGISLACIÓN	ECOLOGÍA
Los equipos a usar para la maquetación e ilustraciones de las libretas soportan los software de diseño	No hay un cambio que afecte a las libretas	No se generaran desperdicios innecesarios para evitar el malgasto del papel

1.11 FUERZAS PORTER

1.11.1 NUEVO COMPETIDORES

nuevos competidores con un mejor diseño de ilustración, precios económicos, se entraría en una guerra de precios y la venta de libretas con descuento aumentaría y se generarían promociones para los clientes fieles.

1.11.2 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Los clientes pedirán rebaja, es seguro que desde un principio, se dejara un mínimo de 23 mil pesos, pero se hará un juego sin cobrar en donde se podrá elegir al azar el costo de su libreta así el comprador se sentirá ganador.

1.11.3 RIVALIDAD DEL SECTOR

El primer punto de venta es dentro de la universidad, se usara este día para que las personas conozcan la marca sepan dónde encontrarnos y que hacemos, se dejaran a la venta libretas, estamos cerca de un punto de venta de competencia, la ventaja son los precios flexibles que maneja la marca.

1.11.4 PRODUCTOS SUSTITUTOS

Las libretas satisfacen la necesidad de dibujar escribir bocetar etc.

1.11.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES

Los proveedores son de gran importancia ya que ellos me venden en bajas cantidades a precios de por mayor, si hay un cambio en los precios cambiaré de proveedor si es necesario, para que no haya un alza en los

precios.

1.12 ANALISIS DOFA

ANALISIS DOFA		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	1. Estudio con el mercado objetivo.	1.Competencia cerca de las cedes
	2. fácil acceso a los lugares en donde ellos pasan su tiempo libre entre clases.	2.No hay un local fijo
	3. En las clases de diseño casi siempre se está pidiendo una bitácora o libreta de diseño.	3 no se entrega el mismo día.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
1-La libreta se entrega en un lugar acordado	1-1-2- Ya que puedo tener acceso a las sedes de la CUN podre entregar en un lugar cómodo para los clientes	1-1 Ya que la competencia no se puede mover de su lugar de trabajo se podrán entregar presencialmente.
2-Precios flexibles		2-3 tener los precios flexibles ayudara a compensar el que la

3-consejos de diseñadores.	2-3 En las clases de diseño si necesitan una bitácora se hará un descuento por ser de esa clase.	libreta no se entregue el mismo día.
	3-3-2 podre recibir consejos de los maestros o alumnos.	
DEVIDIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
1-no se hacen envíos por servientrega	1-1-2 Se establecerán día específicos para que los alumnos puedan recibir sus libretas sin problema, esto ayudara a dar la iniciativa de compra a clientes que no se sientan a gustos para comprar	1-2-3 se hacen entregas presenciales para que el cliente no deba incomodarse a buscar un lugar donde vendan libretas y quede cerca de ellos, se establecerán días específicos para la entrega de las libretas.
2-El cliente prefiere comprar en otro lugar		
3-El no tener disposición las 24 horas		

2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADOS

OBJETIVO GENERAL

Encuestar a estudiantes de bellas artes por medio de un formato de encuesta, entregado de forma personal para identificar los gustos del mercado y además ver si serian potenciales compradores.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 2.2.1** Identificar si el mercado objetivo necesita o usa cotidianamente una libreta o bitácora 'x'.
- 2.2.2** Identificar las preferencias del mercado objetivo al momento de comprar una libreta para uso personal.
- 2.2.3** Establecer un precio asequible para el mercado objetivo sin que se vea afectado la calidad de la materia prima.
- 2.2.4** Observar si el mercado objetivo tiene una buena aceptación frente al prototipo mostrado en las encuestas.
- 2.2.5** Analizar las inconformidades encontradas en el prototipo por el mercado.

2.3 DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

2.3.1 MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo que se eligió es el programa de Diseño gráfico, la sede principal de Diseño gráfico es la P, ubicada en Candelaria sede centro, son alrededor de 150 estudiantes de esta facultad a todos estos estudiantes desde el primer semestre se les pide una bitácora o libreta de boceto con el fin de cumplir o llevar un buen proceso en clase, pero hay estudiantes que adquieren libretas por fines propios ya sea por pasatiempo o por uso independiente de la universidad, se ha visto la venta de bitácoras desde 7 mil pesos hasta los 30 mil pesos, generalmente lo que buscan según parte de los resultados de las encuestas es una libreta con un papel que soporte la técnica que deseen desarrollar que sea portable y que su costo no sea excesivo, los estudiantes de diseños gráfico de la CUN están dispuestos a pagar por una de estas libretas desde 20 mil hasta 30 mil siendo este un precio justo para ellos y que pueden pagar sin ser este un ahorro que lleve tiempo conseguir.

2.4 METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN.

2.4.1 ACERCAMIENTO

Para obtener la respuesta del mercado ante las encuestas fue el estar en un espacio fuera de las aulas de clase observar quienes estaban sin hacer una actividad asegurándome de no incomodar para no tener una primera mala impresión, se inicia con un saludo cordial, preguntándole si tenía tiempo que pudiera compartir con migo, al aceptar decía el propósito por el que estaba hablando, que era ·Buscar tu opinión frente a un futuro producto que se vendería en la CUN· sin que se sintiera comprometido, seguido le pasaba la hoja de encuesta junto con un esfero, aceptaban y al finalizar la encuesta mostraba el prototipo daban sus opiniones, daba información y seguido las gracias por el

tiempo prestado.

2.4.2 METDODOLOGIA DE MUESTRA

Se hizo una encuesta dividida en 4 puntos importantes, cada punto contiene 5 preguntas clave que nos ayudaran a enfocar mejor las libretas hacia el mercado objetivo.

2.4.2.1 GUSTO

Nos ayuda a identificar si el mercado objetivo necesita o hace uso de una libreta de boceto.

¿Qué estudia?

-Si

-No

¿Le gusta bocetar, dibujar o escribir por hobby?

-Si

-No

¿Tiene una libreta preferida de uso personal en la que raye, dibuje, escriba etc?

-Si

-No

¿Le gusta ver dibujos o ilustraciones de caricatura, comic, manga, cartoon etc?

-Si

-No

¿Le gusta rayar, dibujar, escribir, etc en papeles como opalina, cartulina negra o hoja cuadriculada?

-Si

-No

2.4.2.2 CONOCIMIENTO

Nos ayuda a saber que tanto conoce el mercado sobre este producto, que conoce y que desconoce.

¿Conoce donde vendan libretas o bitácoras con el papel que usted quiera?

-Si.

-No.

¿Sabes en dónde? Por favor escríbelo. _____

¿Sabe qué precio ronda el costo de las libretas o bitácoras?

-Si.

-No.

¿Sabe el costo? Por favor escríbelo. _____

¿Cuál de estos papeles ve en las libretas que compra?

-Opalina

-Cartulina negra

-Hoja blanca cuadriculada

-Hoja blanca rayada

¿Cuál de estos tamaños ha visto las libretas o bitácoras?

-Carta

-1/8 (un octavo)

-Media carta

- 20 x 20 cm

¿Conoce otro? Por favor escríbelo. _____

¿Conoce donde vendan libretas o bitácoras con ilustraciones en sus portadas?

-Si

-No

¿Sabes en dónde? Por favor escríbelo. _____

2.4.2.3 RESULTADO

Nos permite identificar específicamente cuáles son sus preferencias al en el momento que comprar una libreta o bitácora.

¿Cuál de es estos formatos le gustan más en una libreta?

-Rectangular

-Cuadrado

¿Qué tamaño prefiere usted en una libreta o bitácora?

-Cuaderno grande (18cm x 24.5 cm)

-Cuaderno pequeño (20cm x 14cm)

-Libreta de bolsillo (13cm x 9.5 cm)

-Tamaño 20cm x 20cm

¿Le gusta el precio de las libretas o bitácoras que ha comprado?

-Si.

-No.

¿Le gustan las libretas de bocetos o bitácoras que compra?

-Si.

-No.

¿Por qué? _____

¿Le gusta un empastado duro en una libreta?

-Si.

-No.

2.4.2.4 EXPECTATIVA

Permita identificar si ciertas características son de agrado para el cliente además de saber si pueden ser compradores potenciales.

¿Si tuviera la intención de comprar una libreta le gustaría elegir que va a ir en la portada?

-Si.

-No.

¿Si tuviera la intención de comprar una libreta le gustaría elegir el tipo de papel que ira en su libreta?

-Si.

-No.

¿Le gustaría saber dónde puede conseguir una libreta a su gusto?

-Si.

-No.

¿Quiere ver usted una de estas libretas?

-Si

-No

¿Le gustaría comprar una libreta de boceto?

-Si.

-No.

¿Cuánto pagaría usted por esta libreta?

-\$ 19.900.

-\$ 24.900.

-\$ 29.900.

-\$ 34.900.

-\$39.900.

2.5 ANALISIS DE INVESTIGACIÓN

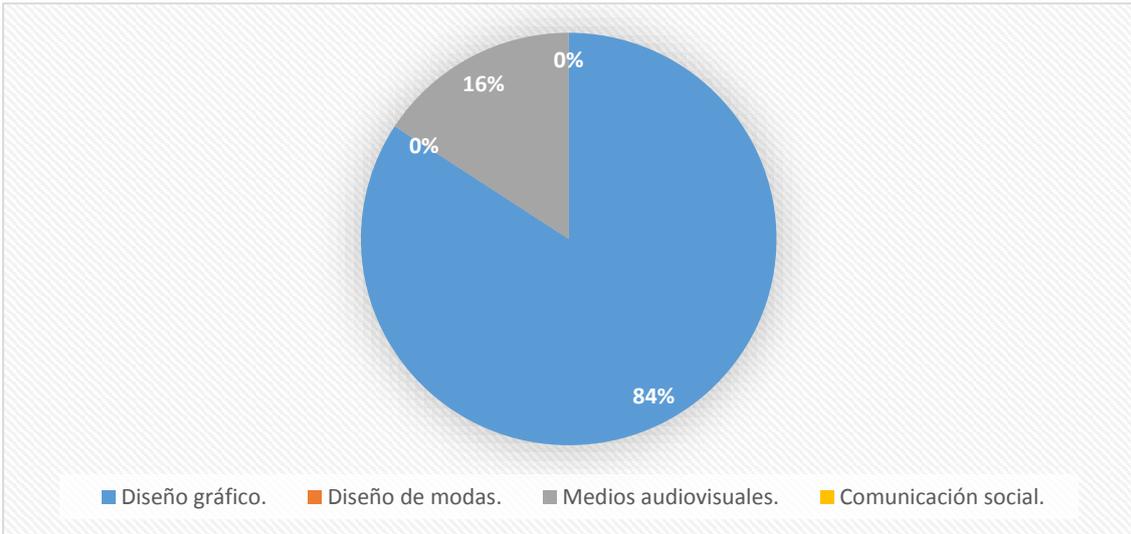
2.5.1 TABLA DE REFERENCIAS

CONTEXTO	Corporación Unificada Nacional (CUN). Cede P
POBLACIÓN	Mujeres 52,64% - Hombres 47,36%
MERCADO	CUN Diseño gráfico

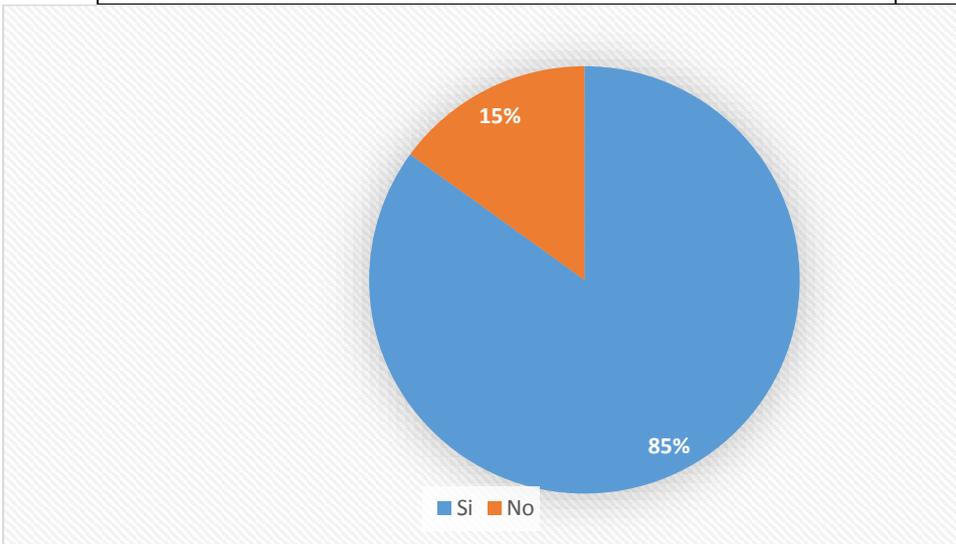
2.5.2 PORCENTAJES

2.5.2.1 GUSTOS

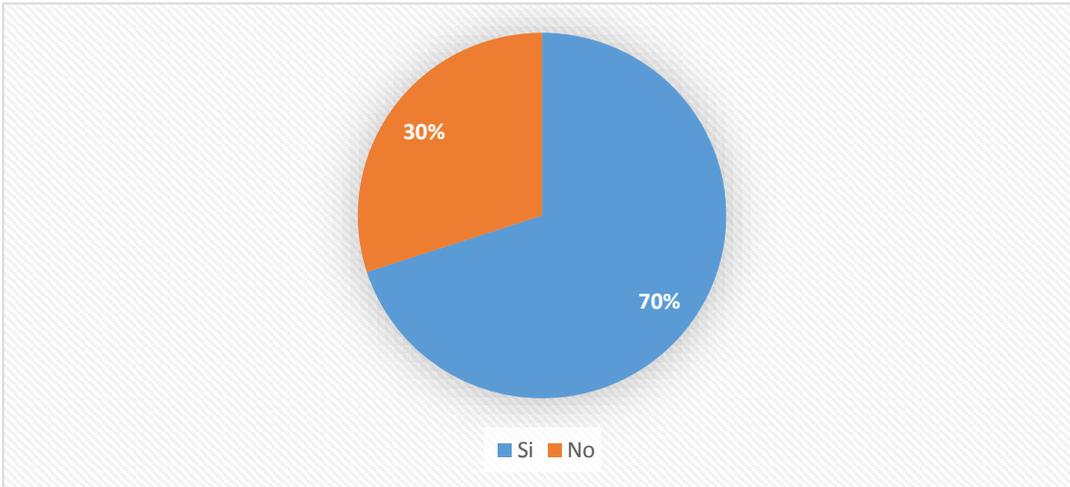
¿Qué estudia?	PORCENTAJE
-Diseño gráfico.	84%
-Diseño de modas.	0%
-Medios audiovisuales.	16%
-Comunicación social.	0%



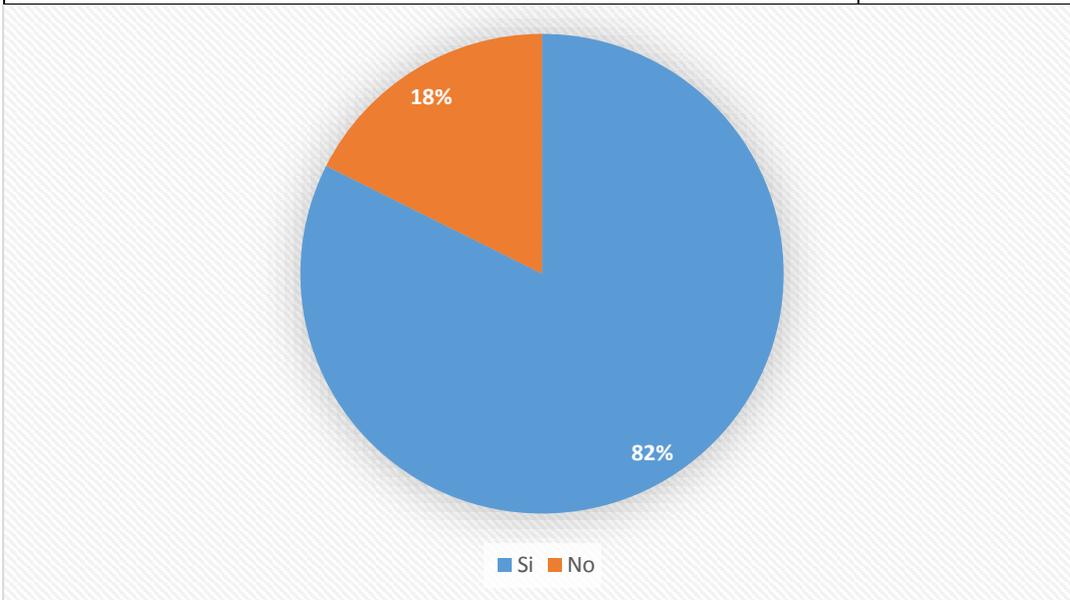
¿Le gusta bocetar, dibujar o escribir por hobby?	PORCENTAJE
-Si	85%
-No	15%



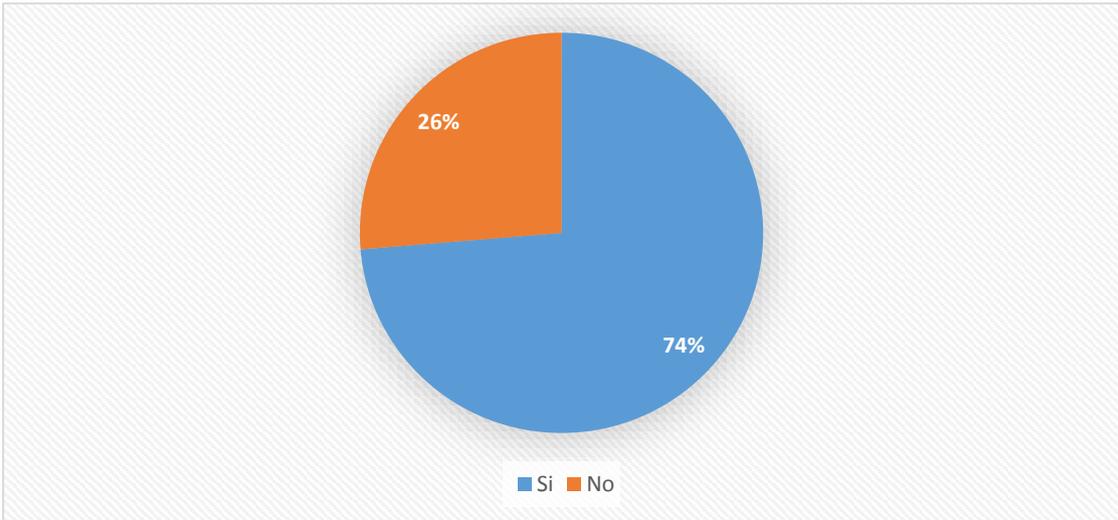
¿Tiene una libreta preferida de uso personal en la que raye, dibuje, escriba etc?	PORCENTAJE
-Si	70%
-No	30%



¿Le gusta ver dibujos o ilustraciones de caricatura, comic, manga, cartoon etc?	PORCENTAJE
-Si	82%
-No	18%

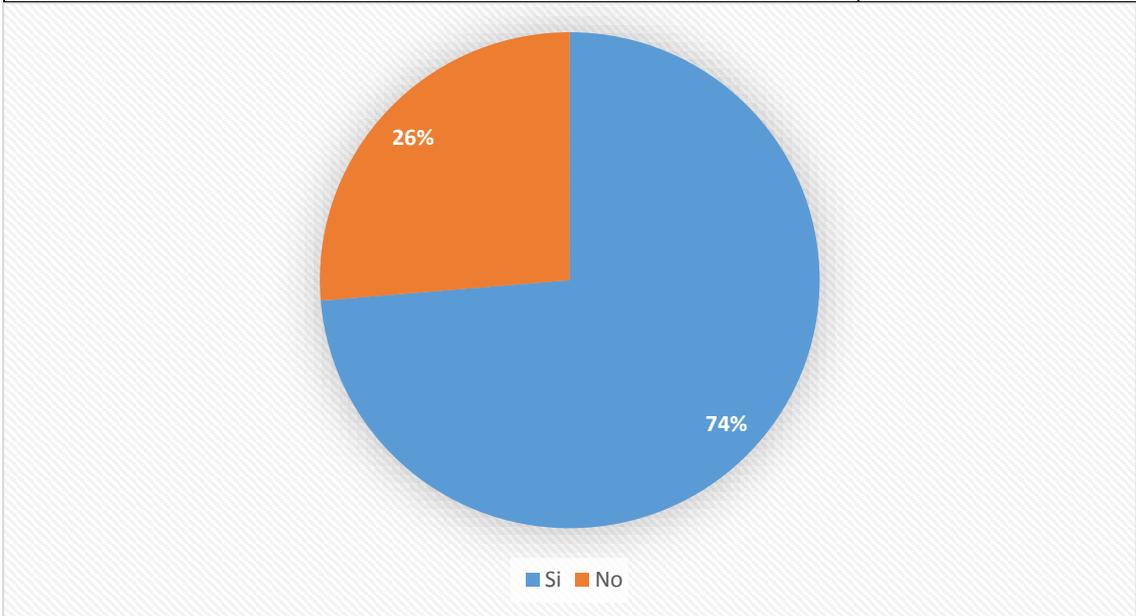


¿Le gusta rayar, dibujar, escribir, etc en papeles como opalina, cartulina negra o hoja cuadriculada?	PORCENTAJE
-Si	74%
-No	26%

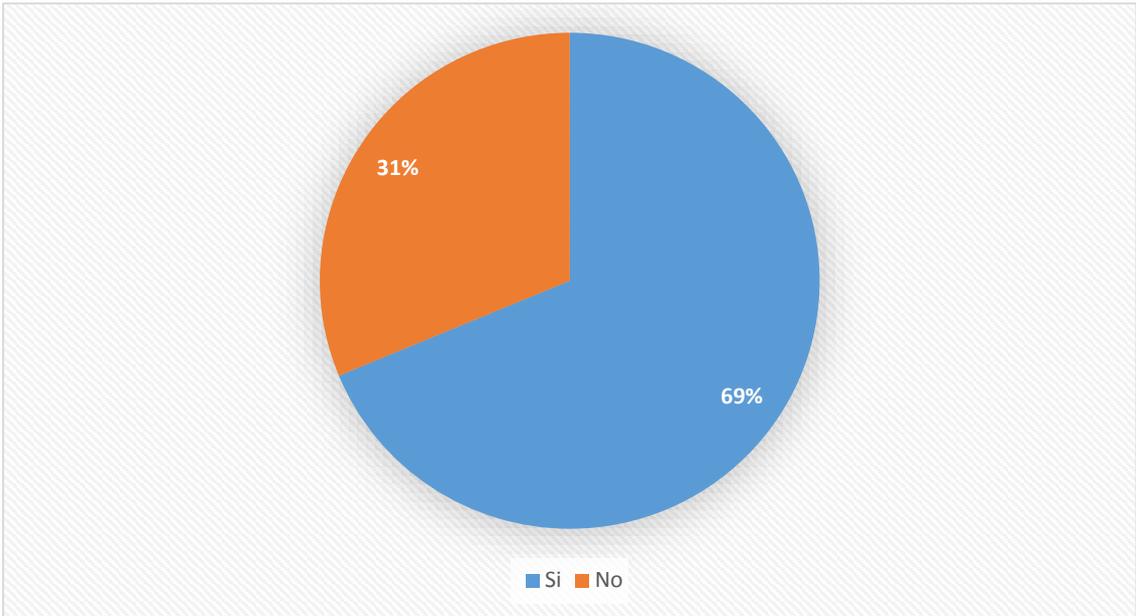


2.5.2.2 CONOCIMIENTO

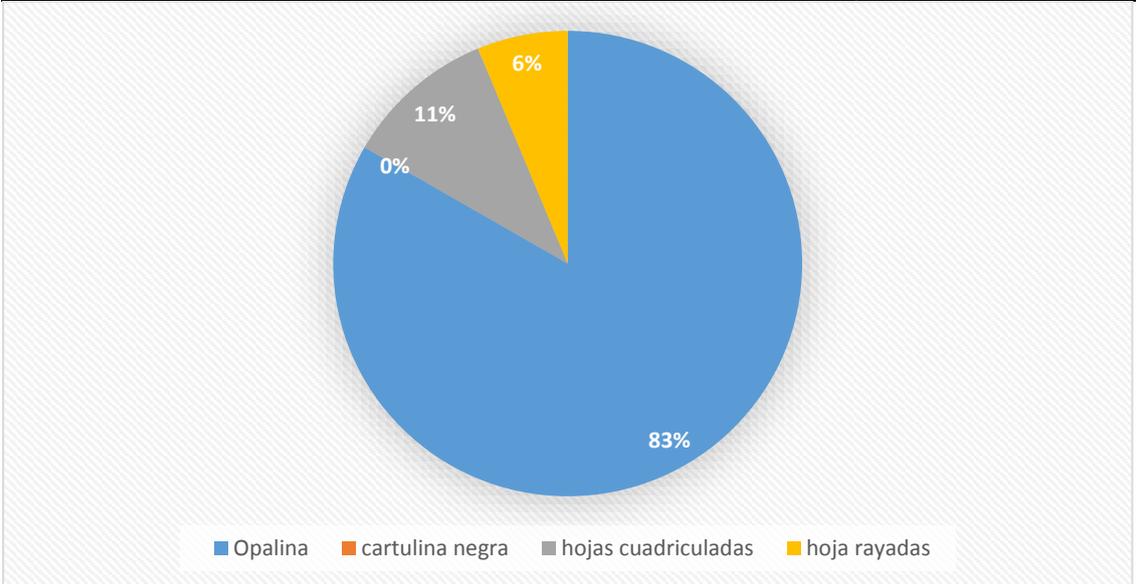
¿Conoce donde vendan libretas o bitácoras con el papel que usted quiera?	PORCENTAJE
-Si	74%
-No	26%



¿Sabe qué precio ronda el costo de las libretas o bitácoras?	PORCENTAJE
-Si	69%
-No	31%

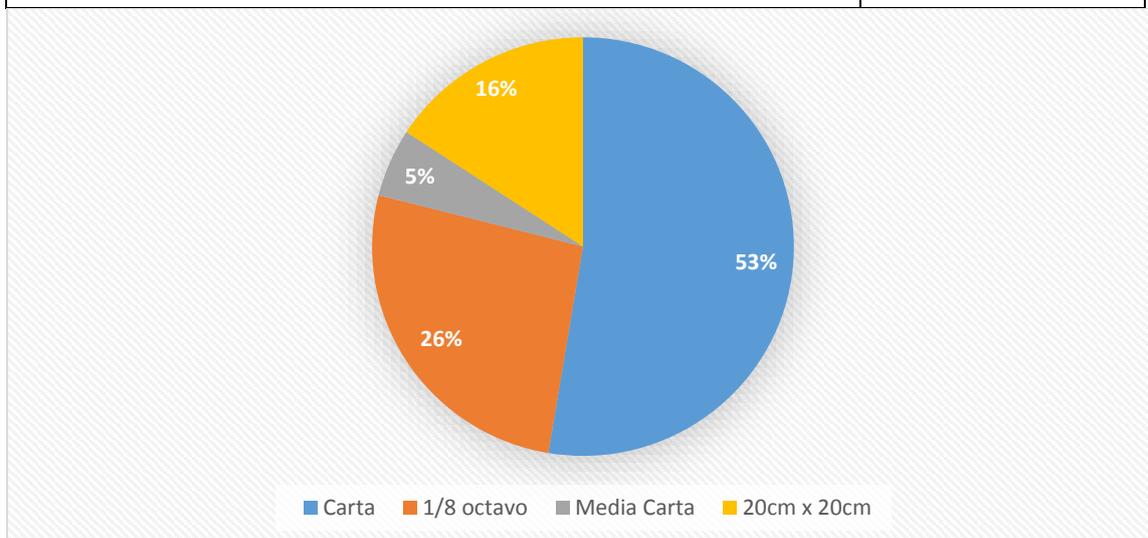


¿Cuál de estos papeles ve en las libretas que compra?	PORCENTAJE
-Opalina	83%
-Cartulina negra	0%
-Hoja blanca cuadrículada	11%
-Hoja blanca rayada	6%

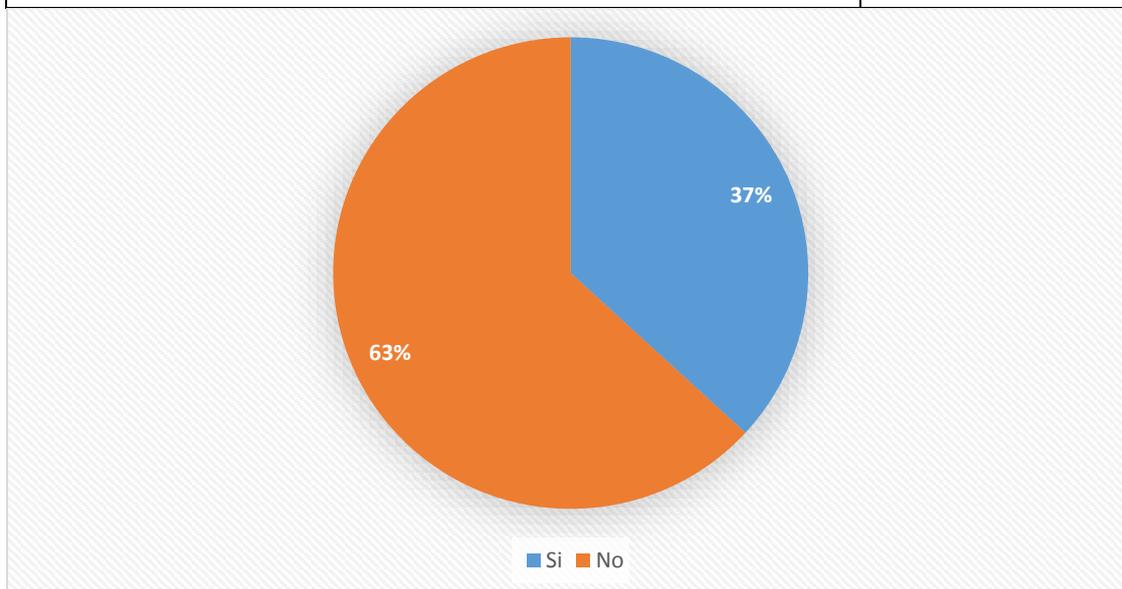


¿Cuál de estos tamaños ha visto las libretas o bitácoras?	PORCENTAJE
-Carta	53%

-1/8 (un octavo)	26%
-Media carta	5%
- 20 x 20 cm	16%

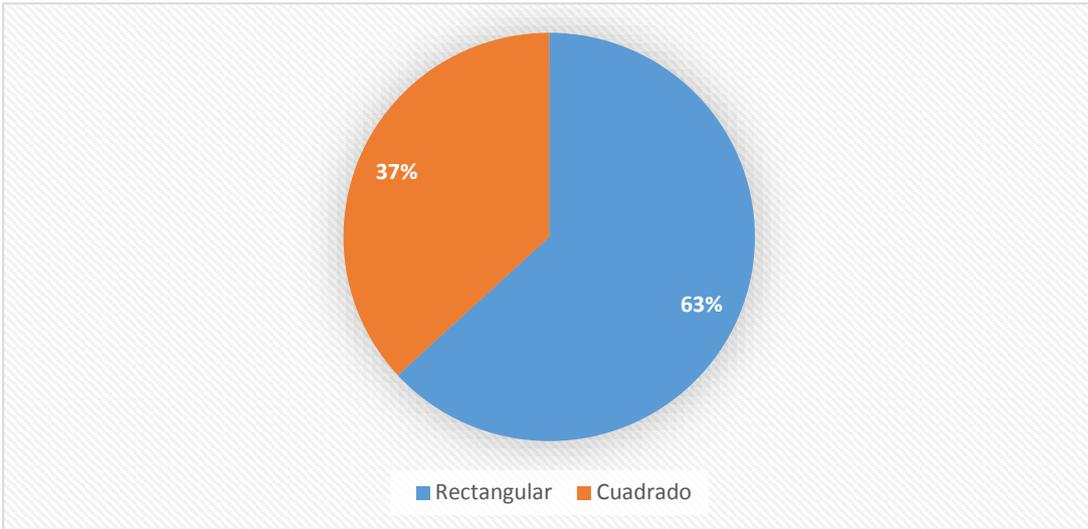


¿Conoce donde vendan libretas o bitácoras con ilustraciones en sus portadas?	PORCENTAJE
-Si	37%
-No	63%

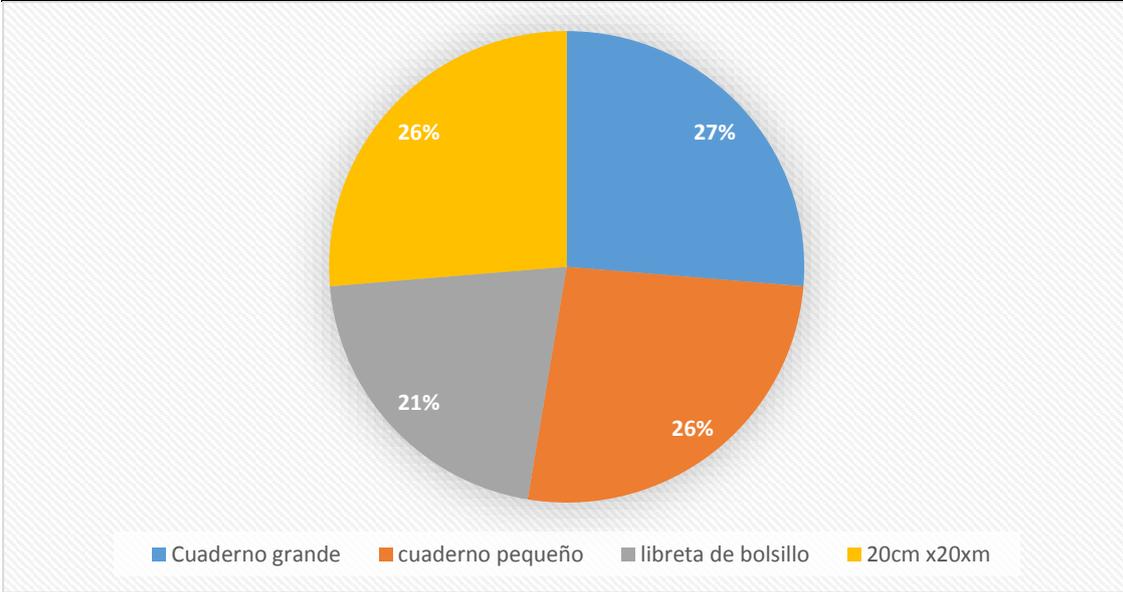


2.5.2.3 RESULTADO

¿Cuál de es estos formatos le gustan más en una libreta?	PORCENTAJE
-Rectangular	63%
-Cuadrado	37%

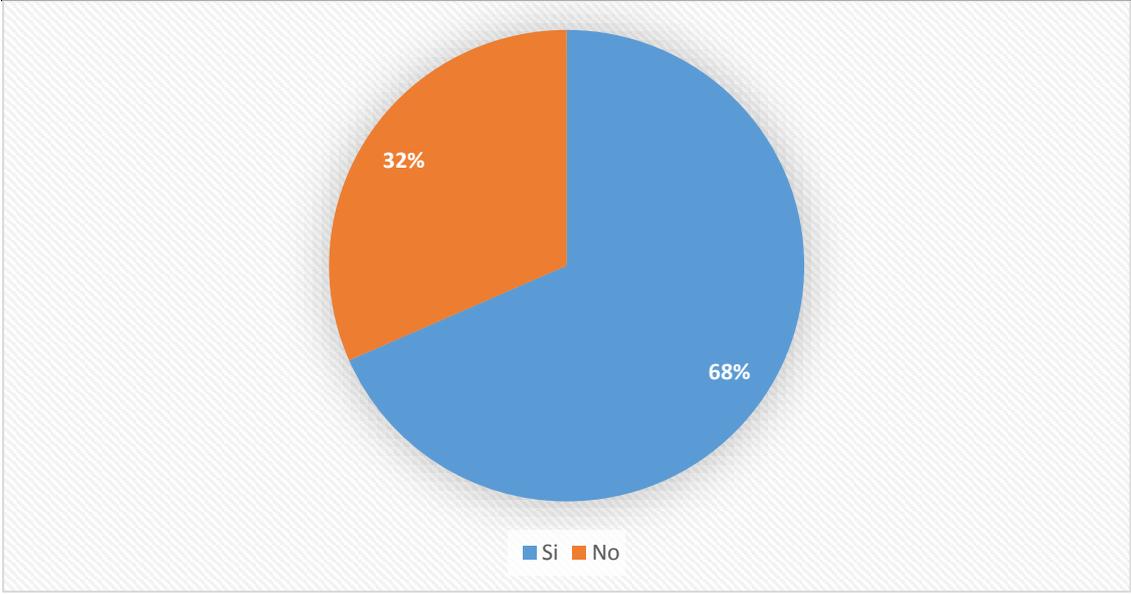


¿Qué tamaño prefiere usted en una libreta o bitácora?	PORCENTAJE
-Cuaderno grande (18cm x 24.5 cm)	27%
-Cuaderno pequeño (20cm x 14cm)	26%
-Libreta de bolsillo (13cm x 9.5 cm)	21%
-Tamaño 20cm x 20cm	26%

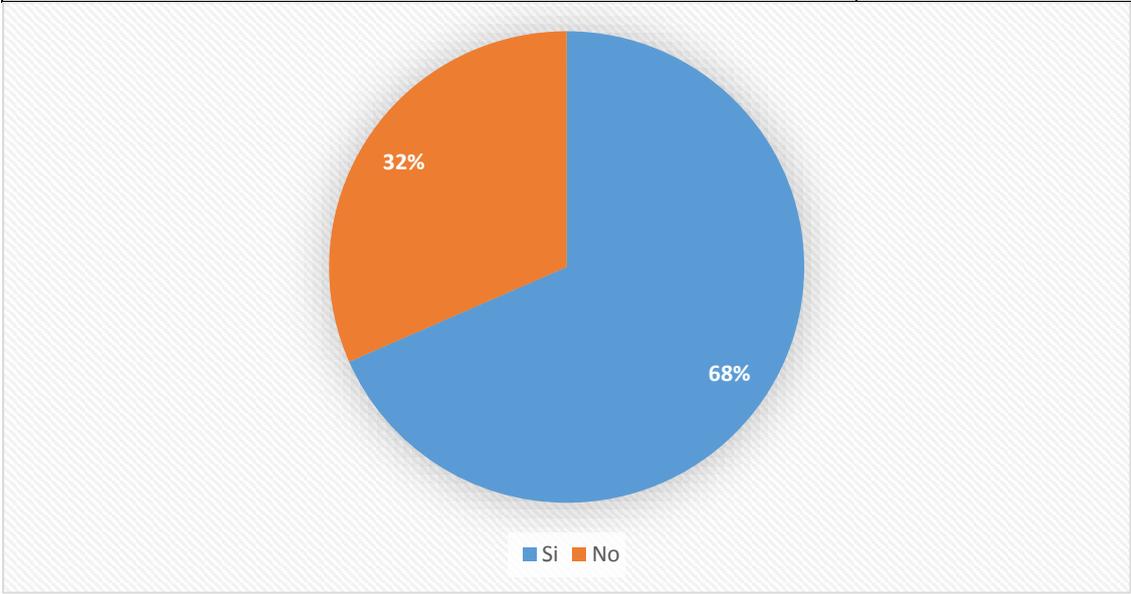


¿Le gusta el precio de las libretas o bitácoras que ha comprado?	PORCENTAJE

-Si.	68%
-No.	32%

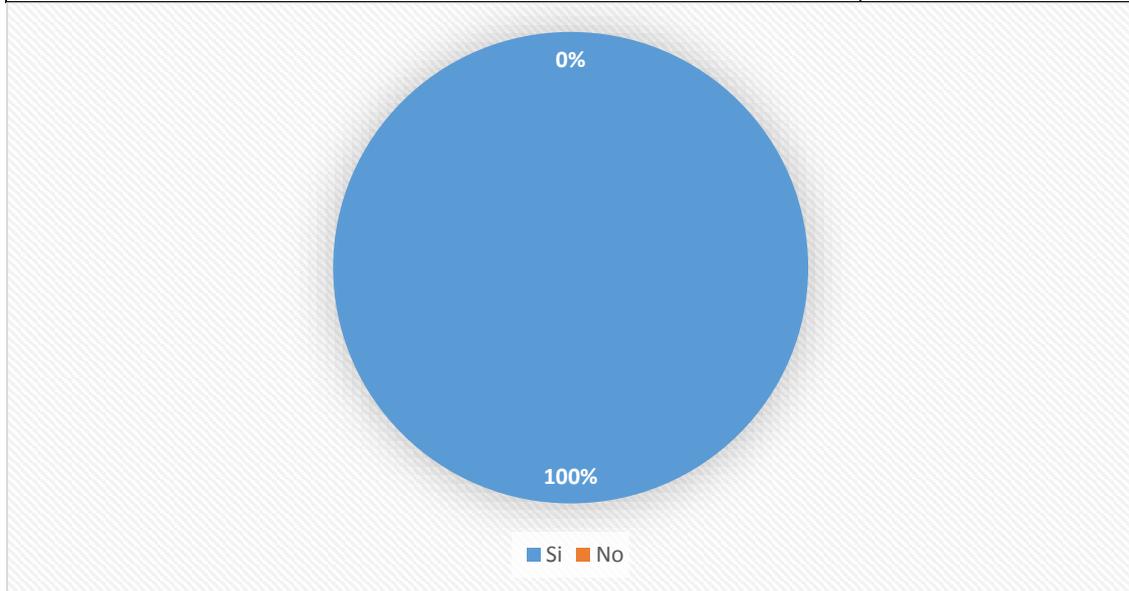


¿Le gustan las libretas de bocetos o bitácoras que compra?	PORCENTAJE
-Si.	68%
-No.	32%



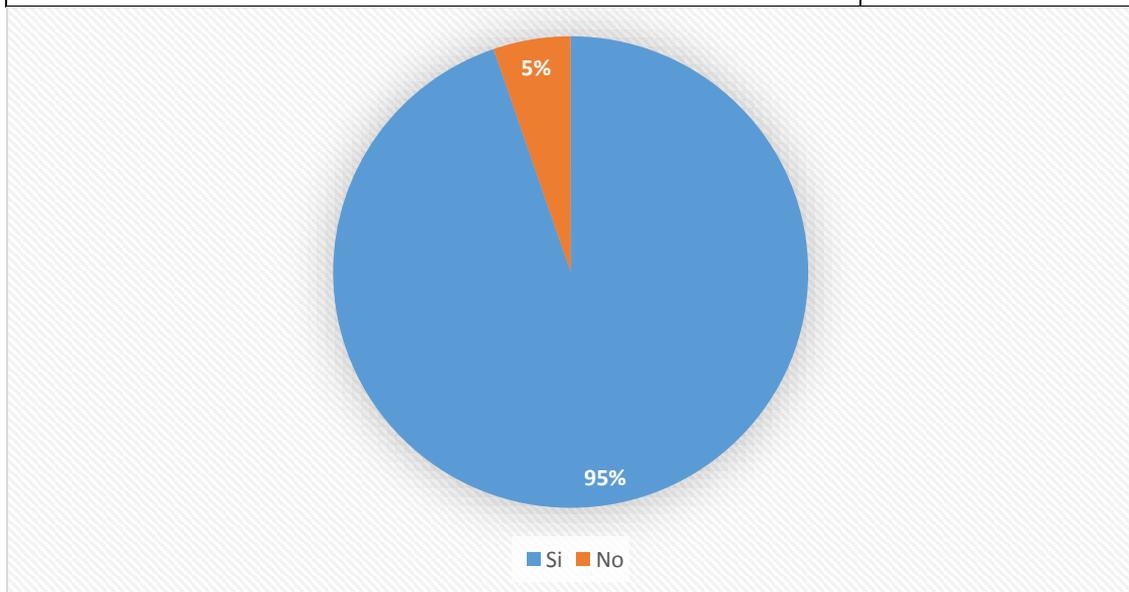
¿Le gusta un empastado duro en una libreta?	PORCENTAJE
---	------------

-Si.	100%
-No.	0%

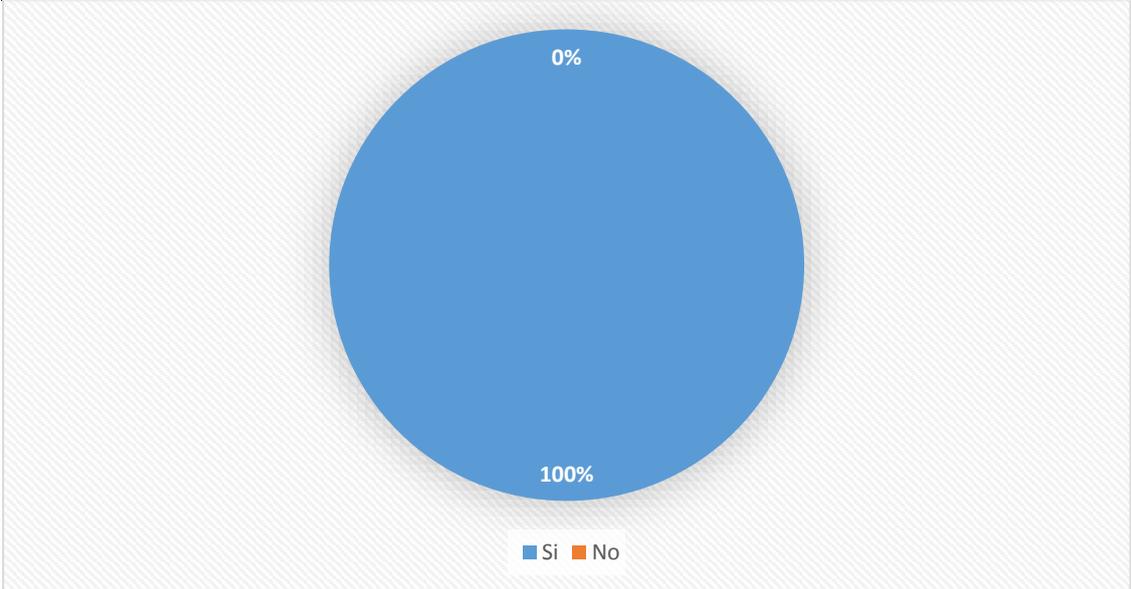


2.5.2.4 EXPECTATIVA

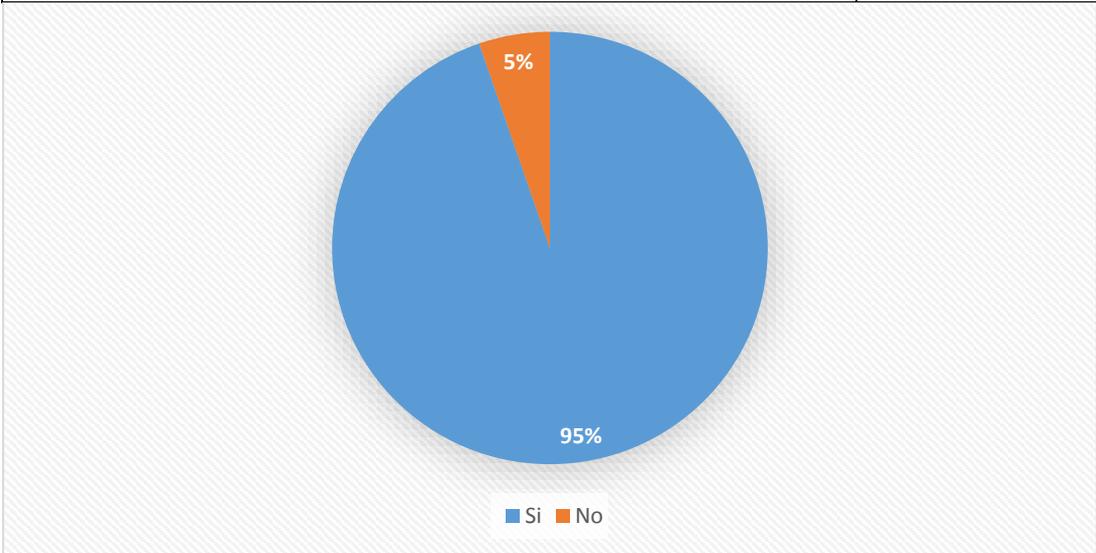
¿Si tuviera la intención de comprar una libreta le gustaría elegir que va a ir en la portada?	PORCENTAJE
-Si.	95%
-No.	5%



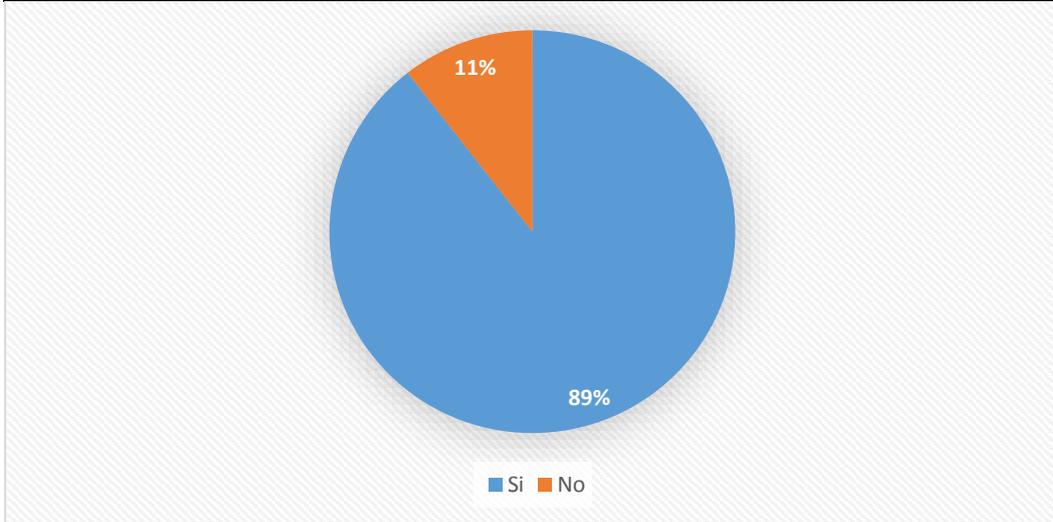
¿Si tuviera la intención de comprar una libreta le gustaría elegir el tipo de papel que ira en su libreta?	PORCENTAJE
-Si.	100%
-No.	0%



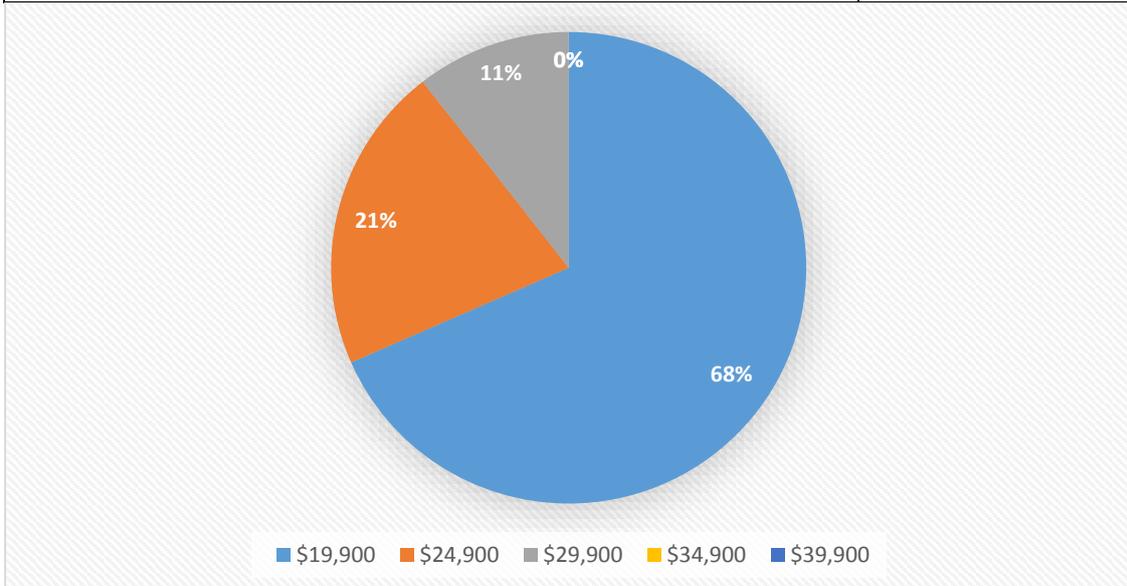
¿Le gustaría saber dónde puede conseguir una libreta a su gusto?	PORCENTAJE
-Si.	95%
-No.	5%



¿Le gustaría comprar una libreta de boceto?	PORCENTAJE
-Si.	89%
-No.	11%



¿Cuánto pagaría usted por esta libreta?	PORCENTAJE
-\$ 19.900.	68%
-\$ 24.900.	21%
-\$ 29.900.	11%
-\$ 34.900.	0%
-\$39.900.	0%



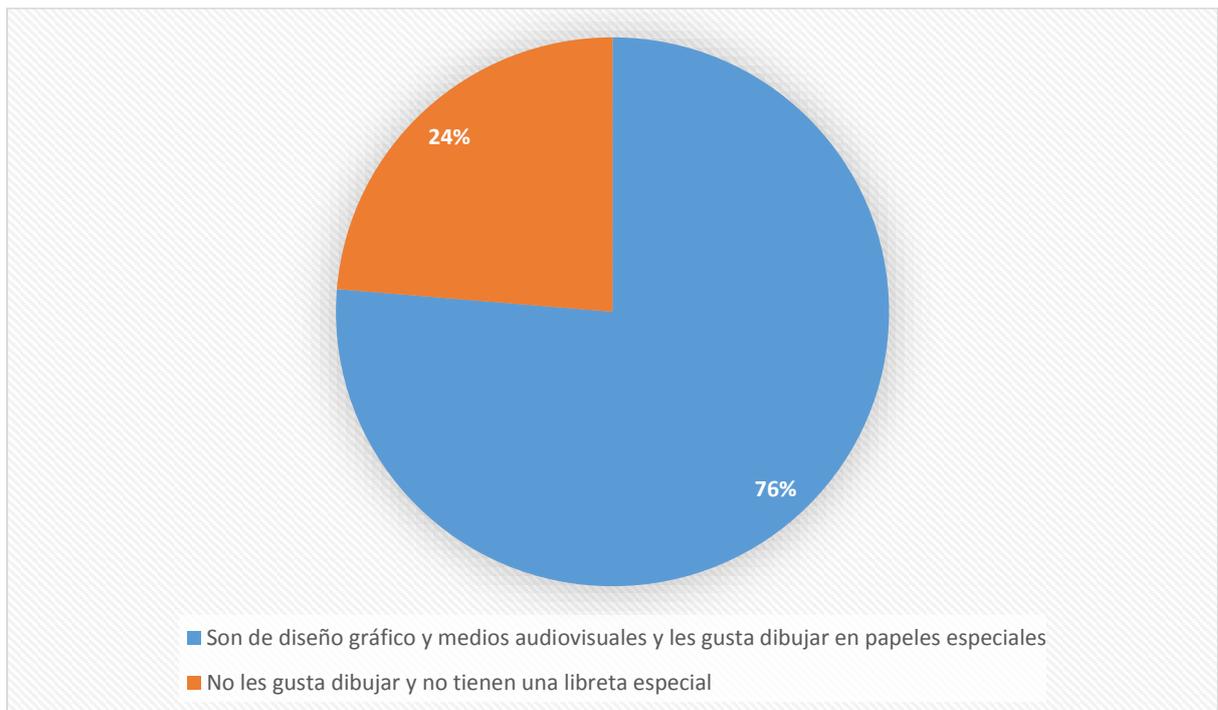
2.6 ANALISIS DE GUSTOS

Según la respuesta de la primera parte **gustos**, en las gráficas son más los estudiantes del área de diseño gráfico a los que les gusta bocetar tienen una libreta de uso personal en la que usan para escribir dibujar o expresarse a su manera la mayoría le gusta o le llama la atención los géneros de dibujo e ilustración tienen preferencia en rayar sobre papeles especiales.

Se hacen dos títulos que reúnen todas las respuestas de gustos para ver de una mejor manera el cómo está conformado este primer grupo:

1-Son de diseño gráfico y medios audiovisuales y les gusta dibujar en papeles especiales.

2-No les gusta dibujar y no tienen una libreta especial.



2.7 ANALISIS ENCUESTA GENERAL DE GUSTOS

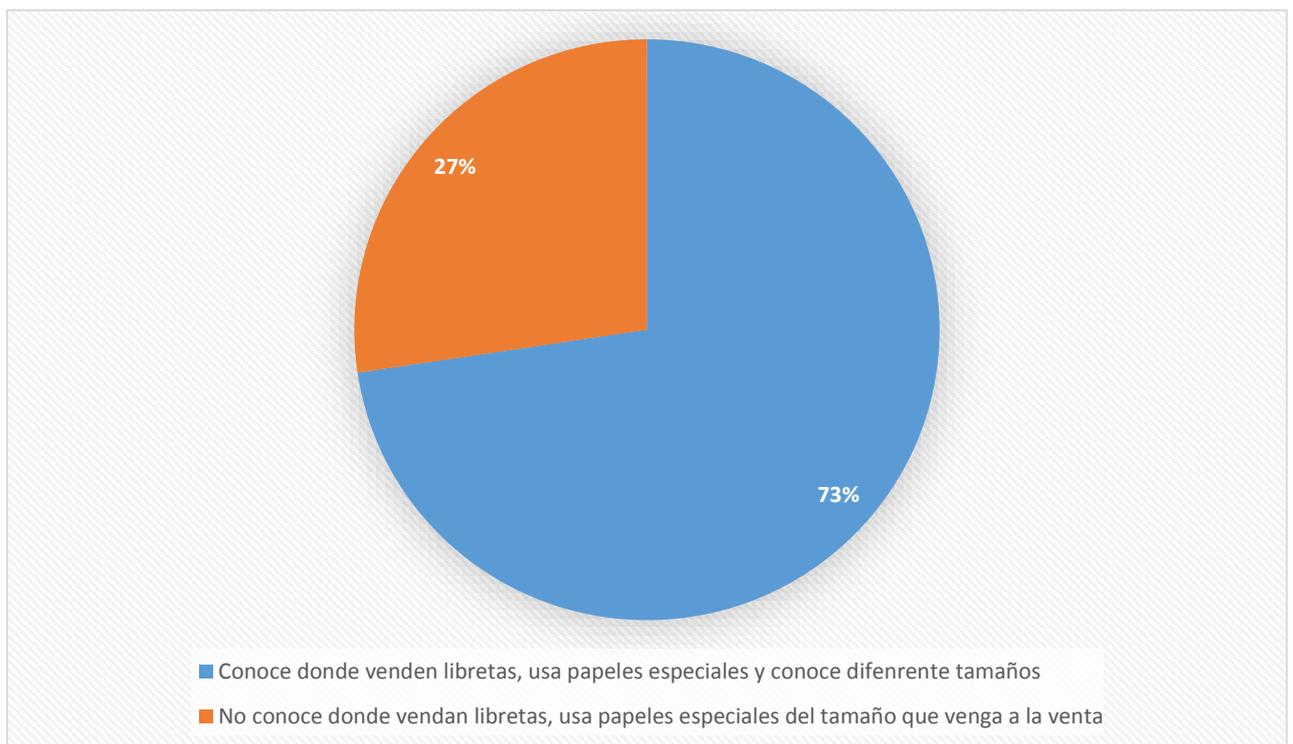
Se evidencia que hay más población que tiene un pasatiempo o un gusto en particular que necesite de una libreta.

2.8 ANALISIS DE CONOCIMIENTO

El mercado objetivo en su gran mayoría conoce lugares en donde pueda conseguir bitácoras con los papeles que requiera, un 31% no sabe el costo de estas libretas por que no ha comprado pero todos saben qué tipo de papeles encuentran en las libretas, la gran mayoría con un 83% ve que hay opalina en las libretas o bitácoras que han visto conocen tamaños como el carta, un octavo, media carta y 20cm x 20cm el 37% de ellos no saben en dónde encontrar libretas con ilustraciones en sus portadas lo que para el 63% que no conoce nos conocerá a nosotros siendo el primer lugar o la primera persona que conocen que vende libretas con diseño en sus portadas.

Para comprimir los resultados de las gráficas de conocimiento se aran dos secciones en la que abarcara de forma eficaz el público la sección uno y dos son:

- 1-Conoce donde venden libretas, usa papeles especiales y conoce diferente tamaños.
- 2-No conoce donde vendan libretas, usa papeles especiales del tamaño que venga a la venta.



2.8.1 ANALISIS ENCUESTA GENERAL DE CONOCIMIENTO

En el mercado hay un porcentaje del 27% que no sabe dónde puedan comprar libretas con papeles de varios tamaños, también se evidencia el conocimiento del resto de la población que si sabe dónde conseguir

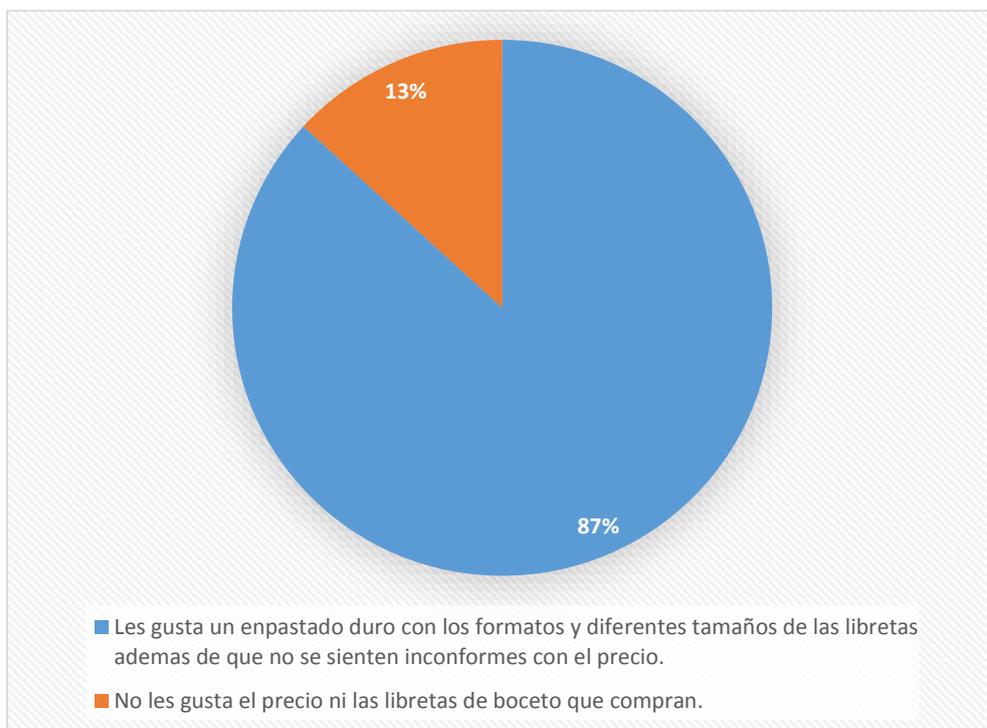
libretas, se hará publicidad dentro de la universidad para que conozcan las páginas que **Goba!** tiene en Facebook, Instagram y Twitter.

2.9 ANALISIS DE RESULTADO

Vemos claramente los gustos del mercado objetivo dejándonos acertar más a los gustos del mercado, como en los formatos que prefieren, los tamaños y el grosor de las portadas dejándonos claro que buscan en una libreta esto nos permitirá dejar que lo encuentren en nuestras libretas, poniendo tamaños estándar que son de agrado para porcentajes equitativos del grupo objetivo.

Dividimos en 2 el grupo de las 5 preguntas de la sección de **resultado** en dos grupos:

- 1- Les gusta un enpastado duro con los formatos y diferentes tamaños de las libretas además de que no se sienten inconformes con el precio.
- 2- No les gusta el precio ni las libretas de boceto que compran.



2.9.1 ANALISIS ENCUESTA GENERAL DE RESULTADO

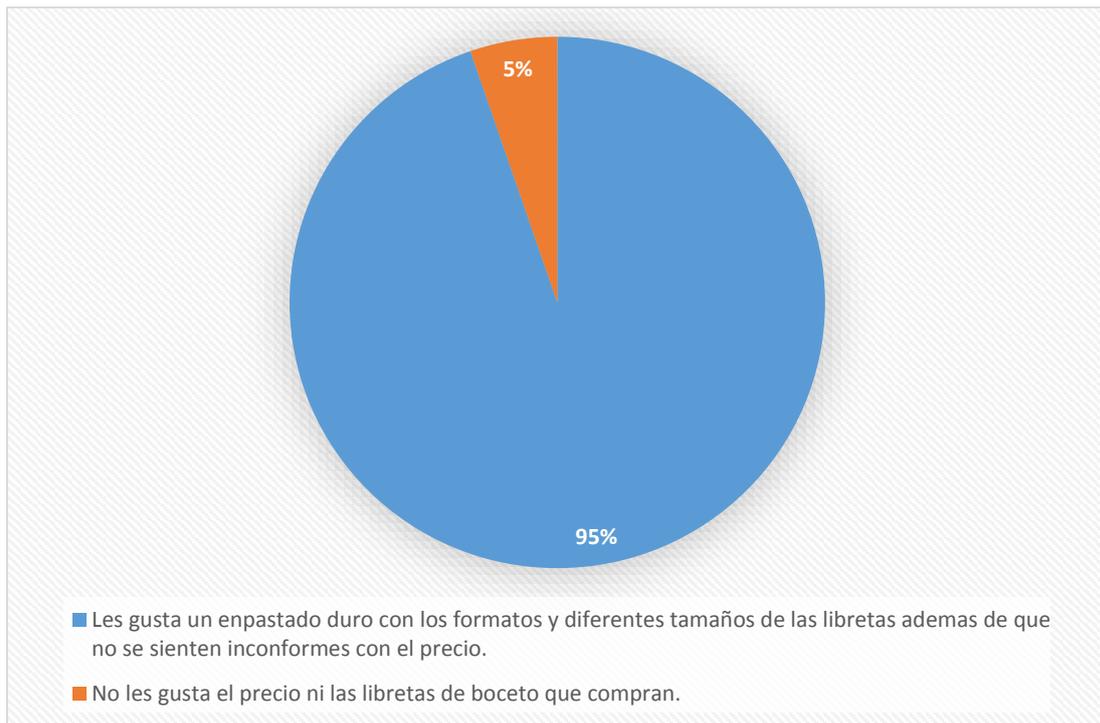
A una gran cantidad del mercado le interesa libretas con empastados duros un formato de su conveniencia y que el precio sea justo, teniendo esto en cuenta las libretas **Goba!** se adaptaran en diferentes tamaños con características en papeles y formatos, todo los materiales serán de buena calidad y a un precio justo para ambas partes siendo libretas asequibles para 13 % que no le agrada el precio ni las libretas que compran.

2.10 ANALISIS DE EXPECTATIVA

Observamos claramente que a muchos por ser diseñadores elegirían tener algo interesante en su portada, elegir los papeles a su gusto y hay una cantidad del 89% de ser compradores potenciales en donde los precios que pagarían son \$19.900 con 68%, \$24.900 con 21% y \$29.900 con 11%. Esto nos da paso a saber el presupuesto que tiene el mercado objetivo para una libreta como las de **Goba!** no deja movernos sin que hayan perdidas en el costo de las libretas.

Dividimos en 2 el grupo de las 5 preguntas de la sección de **expectativa** en dos grupos:

- 1- Comprarian la libreta si eligen la portada y hay un papel de su interes y si el precio esta entre \$19.900 a \$29.900.
- 2- No estan interesados en comprar una libreta de **Goba!**

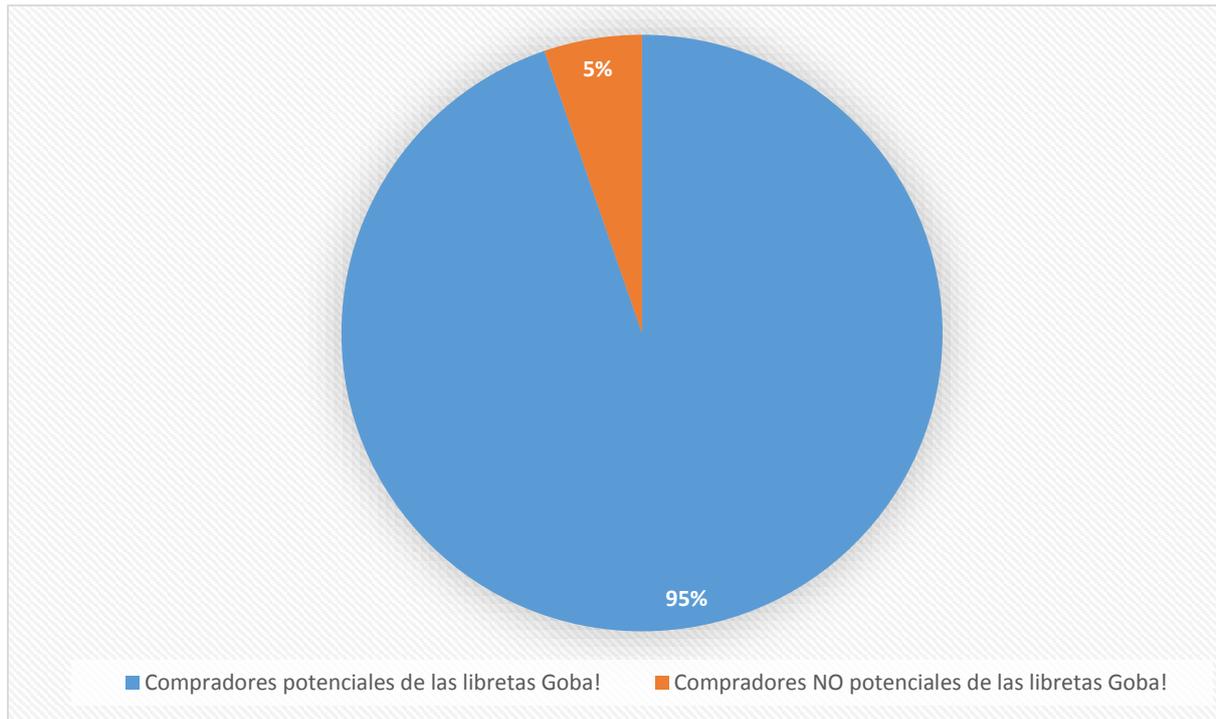


2.10.1 ANALISIS ENCUESTA GENERAL DE EXPECTATIVA

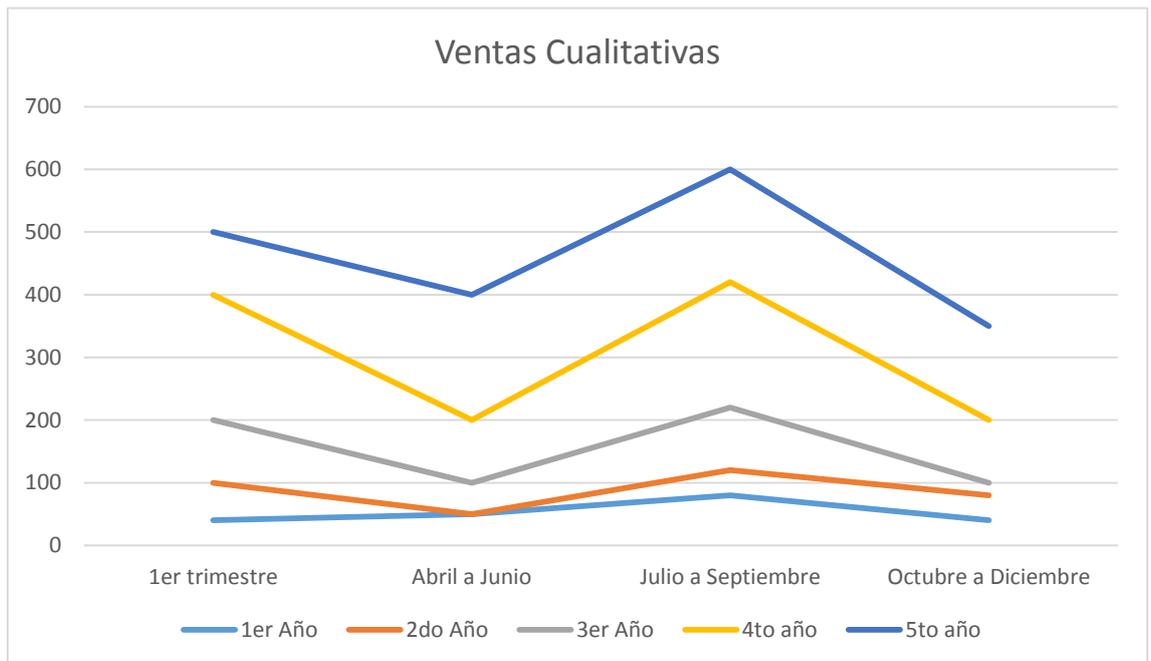
Hay una gran parte de clientes potenciales a los que les gustaría adquirir una de estas libretas, se difundirá información por redes sociales para que puedan adquirir libretas de este tipo.

2.11 TABLA GENERAL Y CONCLUSIONES

El mercado objetivo demuestra que en la universidad CUN sede P hay un 95% de clientes potenciales, demostraron y afirmaron que están interesados en adquirir una las libretas de **Goba!** Siempre y cuando cumplan con estas condiciones: Tapas duras, formatos rectangular y cuadrado, 4 tamaños diferentes tamaños.



3. PROYECCIÓN DE VENTAS



AÑO	TRIMESTRES	UNIDADES	TOTAL	
1	1er trimestre	40	\$1.000.000	\$5.250.000
	2do trimestre	50	\$1.250.000	
	3er trimestre	80	\$2.000.000	
	4to trimestre	40	\$1.000.000	
AÑO	TRIMESTRES	UNIDADES	TOTAL	
2	1er trimestre	100	\$2.500.000	\$8.750.000
	2do trimestre	50	\$1.250.000	
	3er trimestre	120	\$3.000.000	
	4to trimestre	80	\$2.000.000	
AÑO	TRIMESTRES	UNIDADES	TOTAL	
3	1er trimestre	200	\$5.000.000	\$15.500.000
	2do trimestre	100	\$2.500.000	
	3er trimestre	220	\$5.500.000	
	4to trimestre	100	\$2.500.000	
AÑO	TRIMESTRES	UNIDADES	TOTAL	
4	1er trimestre	400	\$10.000.000	\$30.500.000
	2do trimestre	200	\$5.000.000	
	3er trimestre	420	\$10.500.000	
	4to trimestre	200	\$5.000.000	
AÑO	TRIMESTRES	UNIDADES	TOTAL	
5	1er trimestre	500	\$12.500.000	
	2do trimestre	400	\$10.000.000	
	3er trimestre	600	\$15.000.000	

	4to trimestre	350	\$8.000.000	\$45.500.000
--	---------------	-----	-------------	---------------------

4. CONCLUSIÓN

Después de redactar y construir este proyecto desde cero concluyo que **Goba!** tendrá que vender su marca muy bien por redes sociales y con sticker mientras inicia para darnos a conocer desde un principio, será un proyecto que se deberá enfocar de forma correcta a los futuros consumidores aceptando crítica y buscando la mejora para fidelizar a nuestros clientes, ellos tendrán contacto con el que empasta ilustra y vende, que en un principio solo será una persona lo que dará confianza a la hora de comprar las libretas, en un futuro se planea que el líder de la idea es decir el creador de **Goba!** siga siendo el vender principal, ya que en algunos casos si el vendedor es alguien contratado, vende bien y lleva bastante tiempo será bueno solo hasta que renuncie, pues si llega a ser una competencia en un futuro se llevara gran parte de los clientes de **Goba!** clientes a los que él se acercó y se encargó de conocer.

Goba! estará en constante cambio para poder mejorar su producto a lo largo de su experiencia, lo primordial será cumplir con todo lo que proponamos para nuestras libretas.

5. BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFIA

<http://bit.ly/2p5Omc2>

<http://bit.ly/2p5Ikli>

<http://bit.ly/21iqCL8>

<http://bit.ly/2pElbsu>

<http://bit.ly/2p5XjSu>

<http://bit.ly/1v6XTHY>

<http://bit.ly/2pkd5Jp>

6. CARACTERISTICAS DEL PROTOTIPO

La libreta tendrá un tamaño media carta con tapas duras impresión del logo **Goba!** atrás y una ilustración al frente ya sea del comprador o de **Goba!** la impresión estará con un acabado mate lo que permite durabilidad ya que las tapas son las que más están expuestas y protegen, las paginas irán cosidas con opalina de 120 grm en adelante, o con un papel que el comprador especifique, tendrá en el inicio y fin dos cartulinas negras para dar elegancia a la libreta, las esquinas que no toquen el lomo irán con curvas esto porque las formas redondas son más agradables al cerebro. La libreta tendrá un caucho negro para evitar que la libreta se abra cuando cuando el caucho este puesto alrededor de la libreta.