

MONKEY HEAD CASCOS Y ACCESORIOS



Diego Fernando Casas Muñoz & Katherynne Fernanda Villamil Benavides.
OCTUBRE 2017.

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN
Facultad de administración de empresas.
Opción de Grado 2

Copyright © 2017 Diego Fernando Casas Muñoz & Katherynne Fernanda Villamil Benavides. Todos los derechos reservados.

Contenido

INTRODUCCION.....	¡Error! Marcador no definido.
KMD CASCOS Y PROTECCIONES.....	¡Error! Marcador no definido.
1. DEFINICIÓN IDEA DE NEGOCIO	6
2. STAKE HOLDERS	6
2.1. IDENTIFICACIÓN DEL SEGMENTO	6
2.2. CARACTERIZACIÓN DEL SEGMENTO	7
2.2.1. Homogénea	7
2.2.2. Sustancial.....	7
3. NECESIDADES	7
4. BENEFICIOS.....	9
4.1. NECESIDADES DE LOS STAKE HOLDERS:	9
4.2. IDENTIFICAR LA RAZÓN CON LA CUAL SE RESUELVE LA NECESIDAD:	10
4.3. PASOS PARA GENERAR SOLUCIÓN:	10
5. SOLUCIONES ACTUALES:	11
5.1. IDENTIFICACIÓN DEL ENTORNO:	11
5.2. IDENTIFICACIÓN DE LOS CANALES:	11
6. LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES.....	12
7. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA.....	13
7.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	13
7.2. OBJETIVO GENERAL	13
7.3. MARCO LEGAL.....	13
7.4. MISIÓN	14
7.5. VISIÓN	14
7.6. VALORES	14
7.7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
8. ANÁLISIS PESTEL (Accesorios y prendas de protección para motociclistas).....	15
9. ANÁLISIS LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.....	16
10. FUERZAS INDUCTORAS (OPORTUNIDADES Y FORTALEZAS).....	16
11. FUERZAS OPOSITORAS (DEBILIDADES Y AMENAZAS).....	17
12. CADENA DE VALOR	19
13. ESTRATEGIA COMPETITIVA	19

14. MARCA	20
15. PROTOTIPOS	21
CONCLUSIONES.....	24
BIBLIOGRAFIA.....	¡Error! Marcador no definido.

INTRODUCCIÓN

La empresa nace en marzo de 2017, luego de realizar un estudio de mercado, a través de las asesorías recibidas de opción de grado 1. Se investigo las necesidades que nacen del motociclista día tras día y que están en constante cambio, por tal razón hay que hacer de estas necesidades, oportunidades de negocio en la localidad de Suba.

La realización de este proyecto es con el fin, que los motociclistas encuentren en nuestra empresa todo lo necesario en cuanto a los elementos o accesorios de protección cerca a sus hogares, además de brindar un buen servicio, buenos precios, excelente calidad y mejor aún productos personalizados de acuerdo a los gustos de todos y cada uno de nuestros clientes.

Es de recordar que CUNBRE ha sido un gran aliado, permitiéndonos participar en eventos que ha realizado la universidad apoyando a emprendedores como nosotros y así lograr un mayor reconocimiento y haciendo que seamos más visibles para futuros clientes, poder escuchar sus necesidades y así desarrollar un plan de mejoramiento para hacerlas realidad.

MONKEY HEAD CASCOS Y ACCESORIOS

1. DEFINICIÓN IDEA DE NEGOCIO

Venta y distribución de productos de protección personalizados para motociclistas.

2. STAKE HOLDERS



2.1.IDENTIFICACIÓN DEL SEGMENTO : Elementos de protección para motociclistas,

ubicados en la ciudad de Bogotá, en la localidad 11 de suba, para los estratos 1,2 y 3 y segmentos de clientes hombres y mujeres entre las edades de 16 a 50 años.

2.2.CARACTERIZACIÓN DEL SEGMENTO: Para una segmentación efectiva, logramos identificar lo siguiente

2.2.1. Homogénea: los posibles clientes son conductores de motocicleta o tienen que ver con las motocicletas.

2.2.2. Sustancial: El auge de moteros para poder salir de manera más rápida del sector, utilizan mucho este medio, por lo menos el 40% de la población de la localidad.

- **Casos diarios y reales que sufre el sector:** La mayoría de los habitantes de la localidad, gasta hasta dos horas tratando de salir y llegar tanto a su trabajo como de nuevo a casa, esto hace, que pueda que no sean amantes a las motos, pero surja la necesidad de adquirir una o transportarse en ella para disminuir tiempos y distancias.

3. NECESIDADES

Más que estar a la moda, utilizar las debidas protecciones se convierte en una necesidad para los moteros y una obligación para nosotros brindar estos elementos de protección de buena calidad, intentando minimizar grandes daños en casode accidentes y caídas.

- Necesidad de protegerse en caso de accidentes en las vías.
- Hacerse visible ante los demás vehículos que transitan por las calles de la ciudad.
- Poder adquirir estos elementos más cerca y no tener que desplazarse mucho para encontrarlos.
- Encontrar productos más accesibles al nivel económico.

Los productos que ofrecemos van a brindar confort y protección en los puntos más expuestos contra algún accidente, como se observar en la siguiente imagen:



Figura 1. Lesiones V/S Protección

4. BENEFICIOS

- Brindar productos de buena calidad y precios más accesibles a los estratos socioeconómicos del sector.
- Acercar todos estos elementos de protección a la gente del sector que ve en el lugar pocos distribuidores y por eso tiene que desplazarse a lugares más alejados.
- Satisfacer la necesidad de muchos clientes y brindar confianza en los productos que adquieren.
- Adicionalmente se brindara la oportunidad al cliente de poder personalizar muchos de estos productos.
- Se diseñaran productos que no son comúnmente vistos en el mercado y debido a que se trabajara directamente con fabricantes o terceros, los precios serán más accesibles.

Los productos ofrecidos están debidamente certificados, según la normatividad, sobre pasando las necesidades de nuestros clientes en lo relacionado con: seguridad, protección, diseño, calidad, personalización y precio, es decir, relación de costo más beneficio igual a cliente satisfecho.

4.1.NECESIDADES DE LOS STAKE HOLDERS:

- Aumento de distribuidores de este tipo de elementos de protección, cascos y demás artículos que son necesariamente utilizados a diario por los motociclistas, ya que son escasos cerca a este sector.

- Los proveedores se verían beneficiados ya que aumentarían sus ventas y su mercancía será vista por más sectores de la ciudad, ampliarían mercado.
- Debido a la falta de distribuidores en el comercio del sector para propietario y accionistas es una oportunidad de hacer clientes y crear un buen nombre.

4.2. IDENTIFICAR LA RAZÓN CON LA CUAL SE RESUELVE LA NECESIDAD:

Debido al crecimiento del mercado de motociclistas y los pocos sitios donde pueden encontrar los productos para su protección, los usuarios de motocicletas al no encontrar donde adquirir estos productos y viendo que si los consiguen es muy lejos para movilizarse, toman la opción de no utilizarlos y se exponen a riesgos, a veces con lesiones leves y muchas veces hasta la muerte.

4.3. PASOS PARA GENERAR SOLUCIÓN:

Remediar los riesgos e inconvenientes que se tiene actualmente el uso de este medio de transporte haciendo más cómoda y agradable la experiencia de conducir.

Aproximar al sector este tipo de productos de una buena calidad y con la notación de poder personalizarlos de acuerdo al gusto de los mismos.

Esto se puede lograr haciendo campañas, por llamarlo así, antes y durante la venta, para incentivar al cliente a que no es solo por cumplir si no porque día a día es una necesidad.

5. SOLUCIONES ACTUALES:

Actualmente los motociclistas, muchos, por no decir su gran mayoría, no utiliza estas prendas de protección por accesibilidad o porque no encuentran un lugar cercano para adquirirlas. Los pocos que las utilizan se desplazan a otros sectores de la ciudad sin encontrar lo que realmente quieren o por sus precios tan elevados comprar productos de mala calidad a precios más económicos. Adicionalmente muchos de los motociclistas no compran porque en todos lados venden los mismos productos y no tienen nada con algún diferencial que los motive a la compra.

5.1.IDENTIFICACIÓN DEL ENTORNO:

En el sector donde se ubicara actualmente se están empezando a comercializar muchos temas relacionados con las motos, a medida que va creciendo el auge de las mismas van entrando al mercado variedad de cosas relacionadas con el mismo, sin embargo el tema de dar este tipo de solución al mercado de los motociclistas aun esta escaso, hay muy pocos sitios donde se puedan adquirir y por ende los precios son muy elevados.

5.2.IDENTIFICACIÓN DE LOS CANALES:

Básicamente se utilizaran tres tipos de canales, unos que aunque han ido atravesando cambios, son los sistemas tradicionales más básicos a la hora de entrar al mercado y otro que por la evolución del mercado han ido tomando gran auge.



- Al ser corto, es decir tener contacto directamente con el fabricante, se pueden diseñar los productos, se puede brindar mayor confiabilidad por el tema de garantías y a su vez los precios en el mercado se pueden disminuir y ser más competitivos.
- Largo, pues no todos los productos y fabricantes van a ser tan accesibles y se tendrá que buscar mayoristas que den buenos precios al mayoreo.
- En el tema de internet se va a diseñar un plan de ventas a través de este medio pues hoy por hoy es más fácil llegar a futuros clientes, se puede implementar con la creación de una página para ofrecer los productos.

6. LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES

Actualmente el consumidor de estos productos termina por no adquirirlos o no utilizarlos debido a que se venden de muy mala calidad lo que implica que no le den garantía y que junto a la inversión que realiza no este satisfaciendo sus necesidades.

El cliente desea adquirir un producto de marca reconocida y se convierte imposible poder acceder a ellos por el precio tan alto en el mercado.

No todos los clientes confían en los productos que se adquieren en otros lugares (centro de Bogotá), por temor a salir engañados.

7. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA

7.1.DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Ofrecer productos o elementos de protección personalizados a los motociclistas, con precios asequibles y de buena calidad.

7.2.OBJETIVO GENERAL

Comercializar accesorios de seguridad y protección dentro de la localidad, que cuenta con muy pocos distribuidores de estos productos, el fin es el de ayudar a proteger la integridad física de los motociclistas e intentar generar conciencia en ellos, adicionalmente, se trabajara, aparte de tener la protección reglamentaria en que muchos de los productos tengan su marca personal, (logos, marcas, nombres etc.) es decir se personalizaran al gusto, a su vez, se tendrá como responsabilidad y apoyo social, al trabajar con fabricantes nacionales para así tener un completo cubrimiento de garantías y manejar excelentes precios.

7.3.MARCO LEGAL

Empresa que se encuentra en el sector privado, a título “MONKEY HEAD CASCOS Y ACCESORIOS”, dedicada a la venta y distribución de cascos y accesorios para motociclistas con oportunidad de personalización, nos encontramos en el rango de microempresa, ante cámara de comercio estamos registrados como régimen simplificado, ante la DIAN como persona natural, actividad Económica N. 4541.

7.4.MISIÓN

Proveer artículos de protección, de alta calidad, certificados y con opción de personalización a los mejores precios del mercado, garantizando la seguridad y confianza de nuestros productos a clientes que adquieren motocicletas en la ciudad, además de ofrecer una experiencia de seguridad, confort y elegancia, el cual permita que a su vez experimente los beneficios que brindan los accesorios.

7.5.VISIÓN

Consolidarnos para el 2020 como una empresa confiable, competitiva y sostenible, capaz de brindar al motociclista la mejor experiencia tanto en servicio como en productos de plena satisfacción, utilizando y generando ideas de innovación con fabricantes colombianos y aportando crecimiento a la industria nacional.

7.6.VALORES

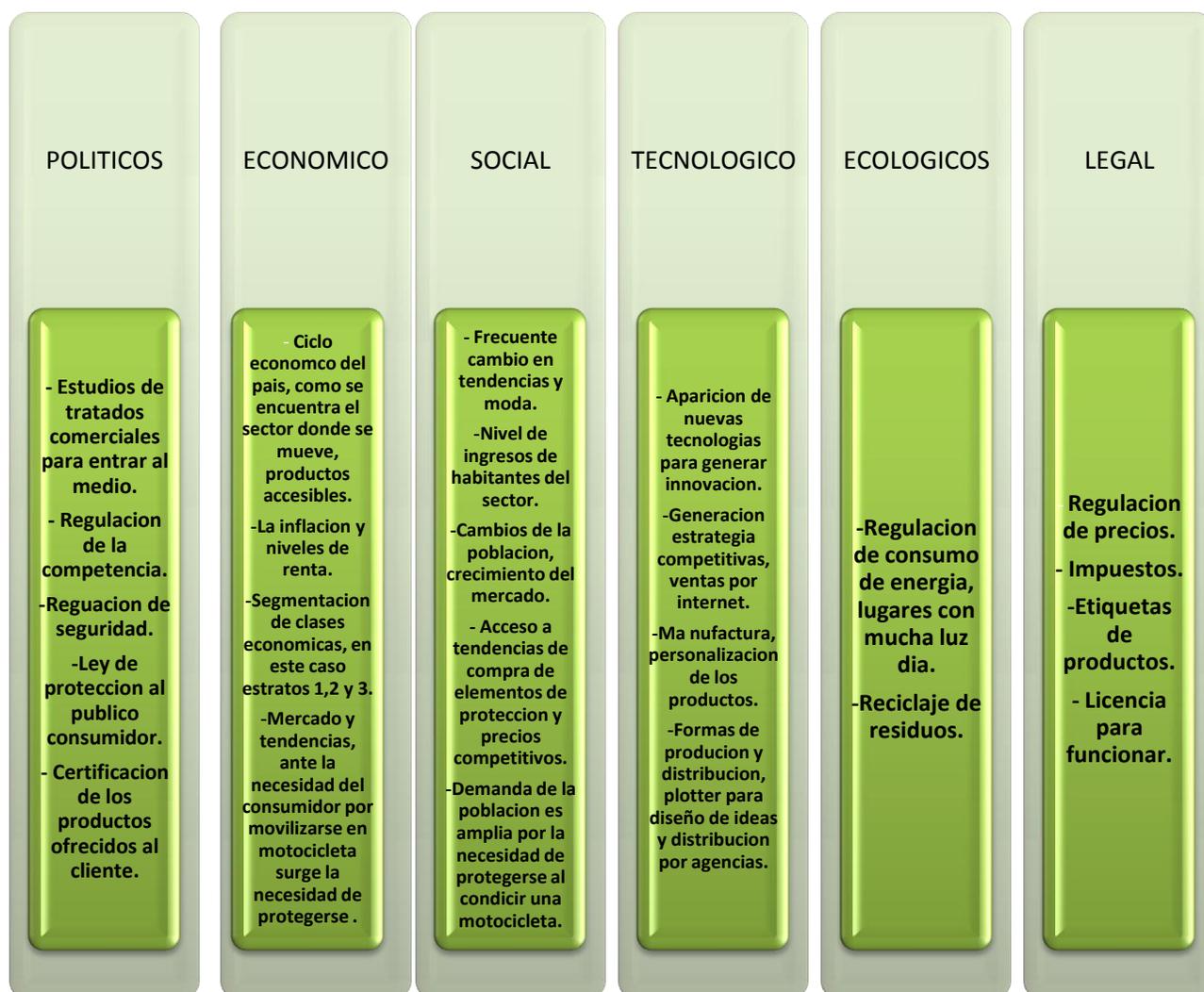
- 7.6.1.** Ofrecer productos y servicio de calidad superior
- 7.6.2.** Hallar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes, bajo los parámetros de responsabilidad y honestidad.
- 7.6.3.** Defender constantemente nuestra marca con lealtad y eficacia en todos los procesos y con calidad humana al servicio al cliente.
- 7.6.4.** Honestidad y transparencia en relación a terceras personas
- 7.6.5.** Pasión por nuestro trabajo, permitiendo fortalecer nuestros vínculos con los clientes

7.7.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

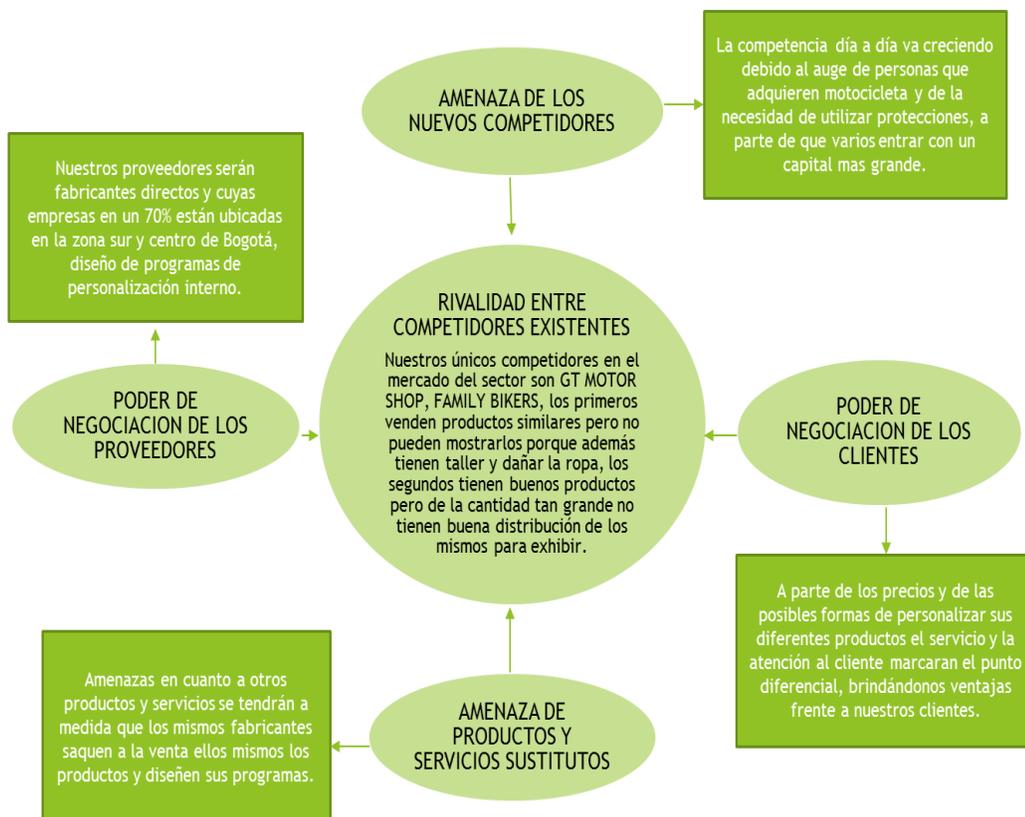
7.7.1. Realizar un análisis de mercado, el cual permita identificar los usos, hábitos, actividades y preferencias de los motociclistas.

7.7.2. Cuantificar las necesidades financieras y realizar proyecciones económicas a futuro para aumentar las ganancias de este.

8. ANÁLISIS PESTEL(Accesorios y prendas de protección para motociclistas)



9. ANÁLISIS LAS CINCO FUERZAS DE PORTER



10. FUERZAS INDUCTORAS (OPORTUNIDADES Y FORTALEZAS)

O P O R T U N I D A D E S	O1	Demanda de los motociclistas
	O2	Buena variación de proveedores y fabricantes nacionales
	O3	Además de ofrecer los productos existentes y que están en auge, se personalizan al gusto y necesidad del cliente
	O4	La competencia porque nos ayuda a ir más allá de lo que ofrecen
	O5	Atención a grupos y empresas con precios al alcance de todos

F O R T A L E Z A S	F1	Percepción positiva por parte de los clientes
	F2	Todos nuestros cascos y accesorios son certificados según la resolución 1737
	F3	De acuerdo al mercado podemos tener precios altamente competitivos
	F4	Conocimiento práctico sobre la normativa y certificaciones vigentes
	F5	Variedad de productos y de buena calidad

11. FUERZAS Opositoras (DEBILIDADES Y AMENAZAS)

D E B I L I D A D E S	D1	Recursos económicos limitados
	D2	Poca inversión para la compra de productos
	D3	Falta de reconocimiento de la empresa por ser una empresa nueva
	D4	Débil red de promoción en redes sociales
	D5	Falta de habilidad en mercadotecnia

A
M
E
N
A
Z
A
S

A1	Poca facilidad de acceder a créditos financieros
A2	Crecimiento de la competencia
A3	Aumento de costos de los productos en el mercado (proveedores)
A4	Cambio de normativas a nivel nacional
A5	La empresa está limitada con respecto al recurso financiero para poder invertir y así obtener mayor participación en el mercado

# DE ESTRATEGIA	CRUCE DE VARIABLES		ESTRATEGIAS
1	O2	D2	Al tener un bajo capital se trabajaría con los fabricantes directamente para conseguir mejores precios en los productos, se tendría mayor cubrimiento de calidad y garantías y así obtener mayor utilidad.
2	A1	D4	Interactuar e incentivar a los motociclistas a través de la redes sociales, podríamos hacernos mas visibles y tener mayor reconocimiento.
3	O4	F1	Debido a la gran demanda de motociclistas del sector y a nivel Bogotá, al personalizar muchos de nuestros productos, la percepción de ellos nos abriría mucho mas las puertas.
4	O5	F4	A través del conocimiento de las de las nuevas reglamentaciones, se puede trabajar con materiales certificados y brindar a las empresas catálogos en dotaciones, personalizándolos con su logo o marca, a partes de brindar buenos precios al trabajar con fabricantes directos.
5	A1	D2	Después de cierto estudio se incrementaría compras en lo que realmente se mueva constantemente, ya que entre mas rotación tenga mayor capital para reinversión se tendrá, a parte al hacernos conocer de proveedores nos beneficiaría pedidos a crédito.
6	A2	D5	Basarnos en las buenas practicas de atención al cliente, aprovechar la insatisfacción de la clientela con la competencia y satisfacer sus necesidades.
7	A3	F3	Tener una reserva de inventario del 10% , con el fin de amortiguar gastos futuros o alzas en los precios, adicional el buen trato con proveedores generara acuerdos y negociaciones optimas para mantener precio estable.
8	A4	F4	capacitación constante con el fin de estar actualizado para los nuevos cambios de normativa.

12. CADENA DE VALOR

INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA	Inicio en marzo de 2017, en la localidad 11 de suba, ubicado en un punto del sector de manera estratégica. A través de un estudio de mercado se visualizo los altos índices de accidentalidad de motociclistas y sus pocas prendas de protección utilizadas al momento de manejar, ya sea por desconocimiento de las mismas o por sus altos precios en el mercado.				
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Comunicación organizacional ➢ Coordinación de recursos y servicios ➢ Capacitación constante 		<ul style="list-style-type: none"> ➢ Cumplimiento de horarios de trabajo ➢ Nomina 		
DESARROLLO TECNOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Control de inventarios a tiempo real ➢ Servicio redes telefónicas y conexión a internet ➢ Diseño y marca (personalización) 		<ul style="list-style-type: none"> ➢ Cámaras de seguridad ➢ Garantía garantizada ➢ Pago con tarjetas debito y crédito (Datafono) 		
ADQUISICIONES	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Punto estratégico del almacén ➢ Innovación de los productos ➢ Mayor tiempo de garantía ➢ Productos personalizados 		<ul style="list-style-type: none"> ➢ Marca "MONKEY HEAD" CASCOS Y ACCESORIOS ➢ Seguridad, confort y personalidad de los productos 		
ENTRADAS	LOGÍSTICA INTERNA	OPERACIONES Y SERVICIOS	LOGÍSTICA EXTERNA	MARKETING	SALIDAS
<ul style="list-style-type: none"> ➢ Accesorios para motociclistas ➢ Cascos ➢ Chaquetas personalizadas (protección, rompevientos). ➢ Accesorios personalizados (maletas, tankbag, etc.) ➢ Clientes ➢ Dinero 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Control de Inventarios ➢ Control de pedidos ➢ Control de calidad ➢ Control de stock mínimos ➢ Gestión con fabricantes de personalización. 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Al llegar el producto se verifica que sea lo encargado. ➢ Etiquetar precios ➢ Solución de dudas y sugerencias, atención al cliente. ➢ Cumplir con las garantías ➢ vitrina de los productos por catalogo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Procesamiento de pedidos ➢ Comparación de precios de los distintos proveedores ➢ Variedad de proveedores ➢ Diseño estrategia venta de productos personalizados 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Política de descuentos ➢ promociones ➢ Publicidad ➢ Redes sociales ➢ Marca 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Accesorios para motociclistas ➢ Cascos ➢ Chaquetas ➢ Promocionar productos personalizados, detalles únicos de los clientes. ➢ Utilidad ➢ Clientes satisfechos y/o insatisfechos ➢ Evaluación de satisfacción

13. ESTRATEGIA COMPETITIVA

Brindar al mercado productos diseñados al gusto y satisfacción de los clientes, generando junto a ellos innovación, fabricados con ayuda de terceros apoyando la industria nacional, además de acercar este tipo de iniciativas a la localidad 11 de suba donde hasta el momento, no cuenta con muchos distribuidores y nos crea una ventana para nuestro proyecto.

14. MARCA

La idea inicial y como tema principal es ir creando una marca que nos distinga y sea de fácil recordación para el cliente y en donde nos definamos como empresa y además denotemos calidad y pertenencia.



Dentro de la imagen de la mascota encontramos las iniciales del nombre MH

15. PROTOTIPOS

Estos son algunos de los productos y accesorios que aparte de brindar protección, a través de nosotros se pueden personalizar al gusto de nuestros clientes.



CHAQUETAS DE
PROTECCION

CHALECOS
REFLECTIVOS





CHAQUEAS
ROMPEVIENTOS



MALETAS Y MAS....



CONCLUSIONES

Con la realización de este trabajo, se puede evidenciar que existe un espacio de mercado en un sector de crecimiento donde se considera importante la proyección y el desarrollo de nuestra marca.

Es importante trabajar en fortalecer las estrategias relacionadas con las oportunidades observadas principalmente para desarrollar un mercado objetivo y optimizar la cadena de valor.

BIBLIOGRAFÍA

- <https://es.pinterest.com/pin/485755509781519920/>
- <http://www.moto1pro.com/reportajes-motos/el-equipamiento-del-motorista-clave-para-tu-seguridad>
- <http://www.suba.gov.co/>