Primer, segundo y tercer corte

Entregables semanas 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14

Presentada por: Jorge Andres Rivera Pita

Creación de empresas modelos de innovación

Grupo 50101

Corporación unificada nacional de educación superior

2020

Tabla de Contenidos

1. Introducción.....3

2. Compromisos del autor….....4

3. Objetivos.....5

4. Analiza del sector.....6

5. Identifica la oportunidad….....7

6. Crea una idea de negocio.....12

7. Innova.....16

8. Fuerzas de la industria.....19

9. Segmenta el mercado.....27

10. Propuesta de valor….....31

11. Diseña el producto….....40

12. Prototipa.....49

13. Modelo running lean.....52

14. Validación de idea de negocio.....55

15. Aplicación de la encuesta.....55 - 56

16. Tabulación y análisis de la información…..... 57

Introducción

El presente trabajo de opción de grado, creación de empresas 1 modelos de innovación presenta mi idea de negocio y emprendimiento basada en una marca que distribuya productos de diseño gráfico y efectos especiales de los cuales se dará explicación en el contenido de este, el desarrollo y creación de esta empresa es importante ya que me brinda el conocimiento suficiente de como analizar y estudiar el mercado, la competencia y los clientes y así permitir que pueda ingresar al mercado local.

Esta idea de empresa la he venido trabajando previamente y es con esta asignatura que considero la oportunidad apropiada para su desarrollo ya que puedo implementar los parámetros aprendidos en esta misma y contrastarlo con el conocimiento de mi carrera de diseño gráfico.

A continuación, se presentarán los aspectos vistos en las semanas 2, 3, 4, 5 en donde doy a conocer la idea, como surge y como pienso exponerla al público teniendo en cuenta el enfoque de la empresa en cuanto a los aspectos de innovación, análisis de la oportunidad, el sector y la segmentación permitiendo que la creación de mi empresa cumpla con los estándares y requerimientos solicitados por la docencia de la materia.

Compromisos del autor

Yo Jorge Andrés Rivera Pita, estudiante de cuarto (4°) semestre de diseño gráfico de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN me comprometo a través del contrato pedagógico firmado en la inducción de la semana 1 y éticamente a desarrollar el siguiente trabajo bajo los parámetros establecidos por la docencia de la asignatura, en donde confirmo qué a pesar de tener competidores mi idea de empresa y el contenido presentado a continuación son de mi completa y total autoría, en la que no se presenta ningún tipo de fraude o plagio que afecte mi imagen y reputación como futuro representante de la marca.

Objetivos

Objetivo general

Crear una empresa en la que pueda desarrollar mis habilidades, fortalezas, conocimiento y experiencia en artes gráficas y efectos especiales y que en este trabajo se evidencie el crecimiento de esta a partir de los parámetros asignados por la docencia.

Objetivos específicos

*Conocer los primeros fundamentos para la creación de empresa en donde se analice el sector y la oportunidad para el desarrollo de la misma.

*Realizar un análisis que permita conocer mi competencia y encontrar la oportunidad de introducir la marca en el mercado.

*Aprender a partir de la información brindada por la docencia de la asignatura como se mueve el mercado, así como los fundamentos para la creación de empresa.

*Entender la mentalidad de los clientes que lleguen a adquirir los productos o servicios de la empresa.

*Generar los primeros prototipos de producto y muestras físicas dentro de la empresa.

Analiza del sector

2.1 ¿Cómo su idea de negocio puede solucionar un problema social, económico, político o ambiental existente?

Teniendo en cuenta que he ido desarrollando mí idea de negocio, la cual está identificada y enfocada a mi carrera, conocimiento y experiencia explicaré la solución al problema que encuentro:

Económico: la solución que brindo en esta problemática es que los productos o servicios que el cliente requiera sean a un costo considerable, ya que debo tener en cuenta que actualmente estamos pasando por una situación a nivel mundial como lo es la pandemia y por ende la economía mundial y local se ha visto bastante afectada.

2.2 Objetivos de desarrollo sostenible que aplico a mi idea de negocio.

- Trabajo decente y crecimiento económico: inicialmente busco ejercer y cumplir con los requerimientos del cliente de modo independiente que me permita trabajar de manera tranquila y estable ejerciendo mi conocimiento y experiencia para así posicionar la empresa dentro del mercado y a futuro busco que los colaboradores se sientan a gusto y puedan cumplir con sus funciones establecidas sin necesitad de ofensas y malos tratos para así fortalecer el crecimiento económico de cada componente dentro de la empresa.
- Producción y consumo responsables: dentro del diseño, desarrollo y producción de mis productos y servicios busco la responsabilidad tanto corporativa como con los clientes,

en donde el desperdicio de cada pieza o producto elaborado sea mínimo para así mitigar el problema de contaminación ambiental.

2.3 ¿Cómo desde la teoría del valor compartido, puedo abordar el problema, necesidad, reto u oportunidad pensado o que aplica a su idea de negocio?

A partir de mí idea de negocio plantearía una alianza o clúster en el que la empresa apoye el sector de las artes gráficas y visuales en donde se generen oportunidades de trabajo para combatir el desempleo en esta época tan difícil para todos y a su vez generar conciencia acerca del manejo de residuos y desperdicios para mitigar el problema de contaminación ambiental.

Identifica la oportunidad

3.1 Análisis PESTEL

- Político: parcialmente no tengo relación con ningún programa de beneficio o financiamiento a nivel local o nacional, aunque he investigado y la empresa puede ser vinculada con la cámara de comercio de Bogotá en donde puedo fomentar su crecimiento dentro del sector gráfico y visual.
- Económico: la empresa se ubica en el sector de las artes gráficas y visuales, ya que cuenta con departamento de diseño gráfico y efectos especiales, teniendo en cuenta que por la pandemia y restricciones del gobierno nacional el sector gráfico ha ampliado la producción de material informativo y publicitario para combatir el riesgo de contraer el virus.

- Social: los productos y servicios de la empresa van dirigidos a personas de 18 a 50 años, de ambos sexos, de estratos 2 a 6 y estoy ubicado inicialmente en Bogotá D.C exactamente en la localidad de bosa.
- Tecnológico: a través de redes sociales ya establecidas (Facebook e Instagram) daré a conocer la empresa, productos y servicios que ofrezco con relación a las artes gráficas y visuales.

Ecológico: siendo una empresa gráfica y artística busco mitigar los efectos causados por la contaminación en el ambiente por medio del reciclaje y manejo de residuos.

Legal: busco mantener la calidad en productos y servicios siguiendo los estándares establecidos, en el caso de las artes gráficas seguiré la normatividad de competencia laboral para la industria gráfica publicada por la ANDIGRAF - Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación Gráfica.

3.2 Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.

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

El problema inicial de la empresa son los clientes ya que, siendo una empresa en formación, lo primordial son los clientes y la manera de como los atraerlos para que adquieran la variedad de productos y servicios para que en ellos se genere la fidelización con la marca.

contaminación: este problema lo percibo desde el impacto al medio ambiente ya que, al ser

una empresa gráfica y visual, se suele generar bastante residuo de papel relacionado con el sector al que pertenezco y mi manera de ayudar a mitigar esta problemática es seleccionando y manejando los residuos.

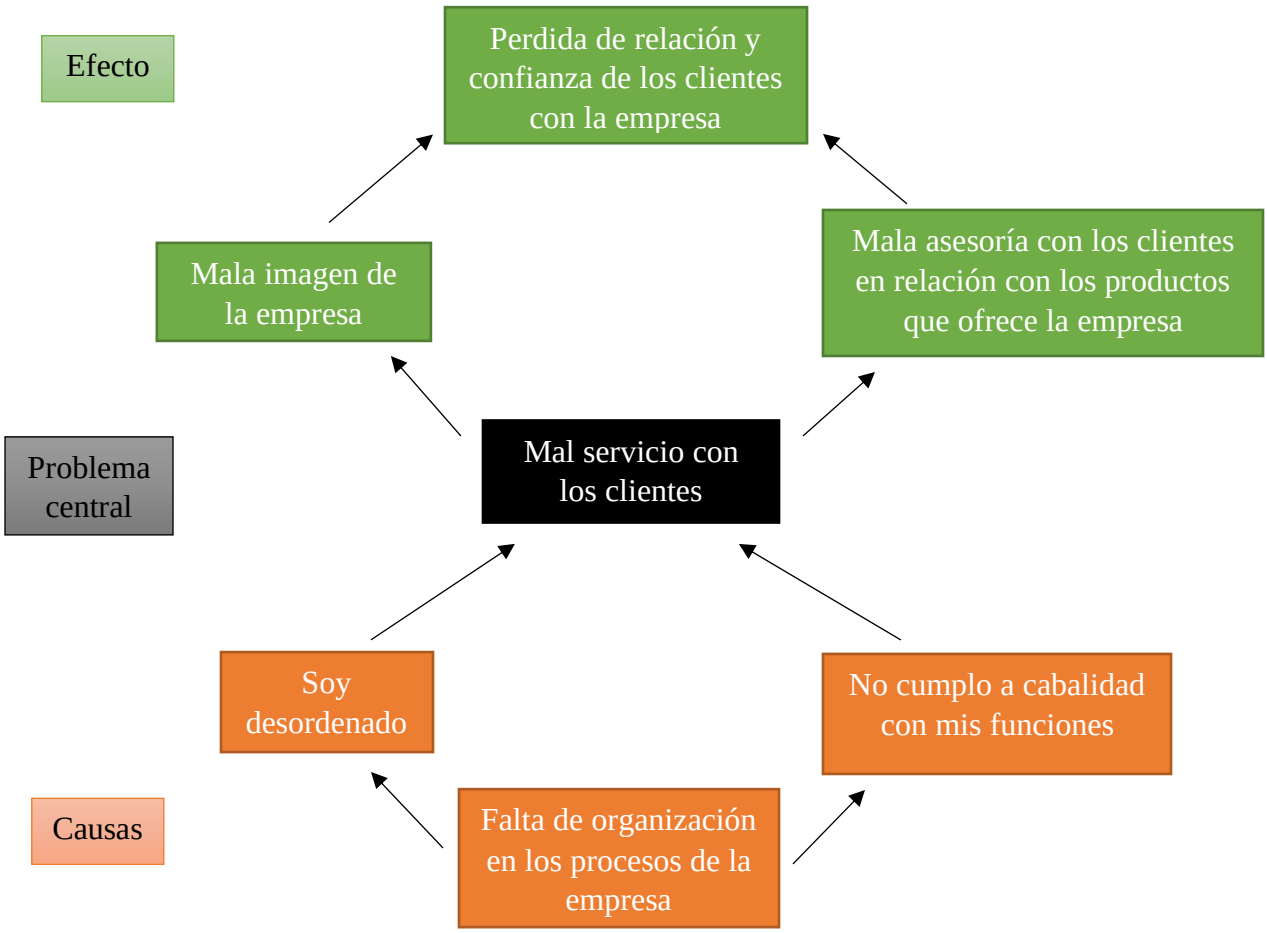
De los 2 problemas, necesidades, retos u oportunidades seleccione sólo 1 utilizando el siguiente esquema visto en clase, para determinar qué problema le conviene más trabajar.

Criterio	Problema 1	Problema 2
	Clientes	Contaminación
Conocimiento o experiencia	2	2
Asesoramiento de un experto ¿lo tenemos?	2	2
Alcance ¿tenemos la herramienta? ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿tenemos acceso a información, datos y cifras? ¿puedo darle alguna solución?	4	4
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío?	5	4
¿Que tanto le llama la atención el desarrollo del problema?	5	4
Total	18	16

A partir de los resultados obtenidos en cuadro anterior deduzco que los clientes serán el punto de enfoque a trabajar para el correcto desarrollo de la empresa, en donde ellos se sientan satisfechos con el producto y servicio adquirido para fidelizarlos con la empresa.

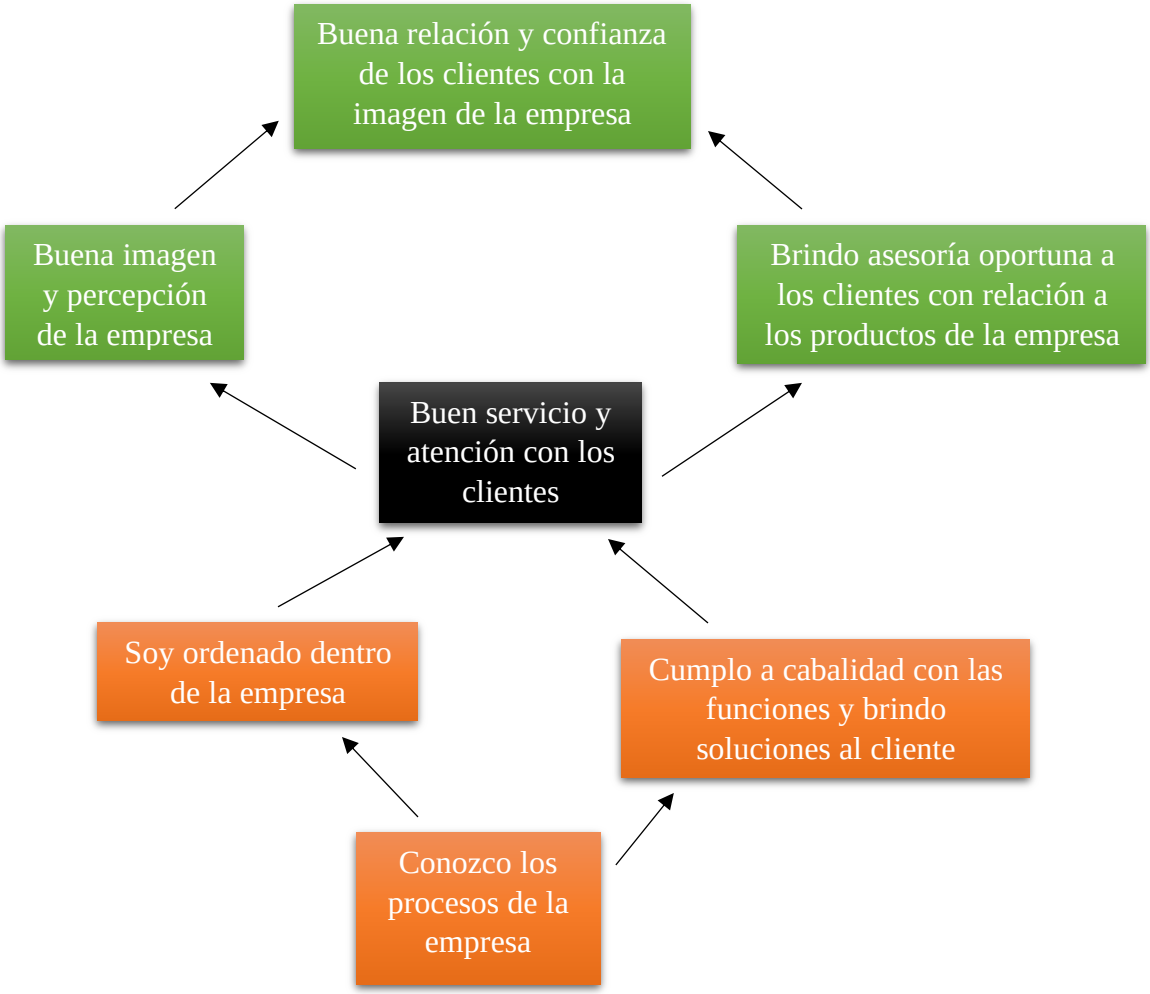
3.3 Árbol de problemas

Debido al resultado del cuadro anterior he decidido analizar el problema de los clientes y como este podría afectar considerablemente las funciones de la empresa.



3.4 Árbol de objetivos

Luego de analizar el problema, tracé los siguientes objetivos para el correcto funcionamiento de esta.



3.5 Pregunta problema

A partir del problema central formulé la siguiente pregunta problema:

¿cómo podré atraer y fidelizar a mis futuros clientes con los productos y servicios que ofrezco dentro de la empresa?

Crea una idea de negocio

4.1 aplicación de técnica de ideación vista en el encuentro (lluvia de ideas, seis sombreros, relaciones forzadas, matrices combinatorias, biónica o analogía)

Oportunidad

En primer lugar mi empresa manejará 2 departamentos, uno de efectos especiales y otro de diseño gráfico, principalmente la idea y oportunidad de mi emprendimiento surge por satisfacer el gusto de los fanáticos al cine de terror y toda lo relacionada a este, ya que por experiencia propia es un género que siguen muchas personas, tomando como referencia 2 eventos que se realizan a nivel local (Bogotá D.C) como lo son el festival del terror de salitre mágico y el salón del ocio y la fantasía (SOFA) eventos que congregan gran cantidad de fanáticos y coleccionistas en donde se puede apreciar el flujo comercial de este tipo de productos y es a partir de estas experiencias donde veo la oportunidad de brindar mis productos (decoración de terror, esculturas, accesorios personalizados, etc) sumados del desarrollo de su línea gráfica. La técnica de ideación que planteo para el desarrollo de mi empresa es la de matrices combinatorias, en donde los productos realizados en el departamento de efectos especiales (decoración y accesorios de terror) puedan ser complementados con una pieza de producción gráfica a la hora de llegar al cliente, este plus puede ser el diseño de un empaque para el producto, un afiche coleccionable o un souvenir que lo complemente. Y por otra parte en el departamento de diseño gráfico busco brindar solución profesional y oportuna a los clientes en cuanto al diseño y producción de material

gráfico y publicitario, ofreciendo productos y servicios como material impreso, creación de marca, papelería comercial, diseño de avisos, PoP, etc. Ya que el ámbito del diseño y la publicidad es requerido por muchas personas que a diario buscan soluciones para sus negocios. Finalmente, mi oportunidad de emprendimiento va de la mano con mi conocimiento, experiencia y habilidad a la hora de realizar todo este tipo de productos.

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

Interés/disposición	ESCALA DE VALORACION				
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer	1	2	3	4	5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	2	3	4	5
Considero que en 6 meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS				1	3

Resultados de la valoración

	A		B		C
Afirmaciones valoradas en 1		X	1	=	
Afirmaciones valoradas en 2		X	2	=	
Afirmaciones valoradas en 3		X	3	=	
Afirmaciones valoradas en 4	1	X	4	=	4
Afirmaciones valoradas en 5	3	x	5	=	15
			Puntaje total	=	19

4.3 Estructura de la idea de negocio con el siguiente cuadro

Producto o servicio	Artículos personalizados, coleccionables y decorativos de cine de terror, junto al desarrollo de su línea gráfica y diseño y producción de material gráfico y publicitario como creación de marca, papelería comercial, diseño de avisos, PoP, etc.
Cliente potencial	Coleccionistas, fanáticos del cine de terror y clientes que requieran solución y producción de material gráfico y publicitario de entre los 18 y 50 años.
Necesidad	Satisfacer el gusto por el género (terror) con un artículo personalizado de calidad y cumplir con los requerimientos del cliente a la hora del desarrollo de material gráfico.

Como funciona el producto o servicio	Funciona como decorativo para el hogar o personalizado a la hora de ser utilizado por el cliente y en cuanto a diseño y producción gráfica funciona como material que permita a los clientes dar a conocer sus estrategias comerciales dentro de sus negocios.
¿Por qué lo preferirían?	Porque son productos elaborados con conocimiento, experiencia y calidad que despierten la atracción del cliente.

4.4 Descripción de la solución idea de negocio estructurada en el siguiente cuadro

¿Cómo podemos…

VERBO Crear y producir	TEMA U OBJETIVO Artículos decorativos y personalizados acompañados de una pieza gráfica y desarrollo de material gráfico y publicitario.	CARACTERISTICA De excelente calidad, con el mayor realismo posible, que genere impacto y que brinde soluciones acordes al requerimiento de los clientes.
USUARIOS Personas de 18 a 50 años	VERBO INSPIRADOR Satisfacción y solución	PROPOSITO INSPIRADOR Tener un artículo decorativo o una solución grafica que cumpla con las expectativas y requerimientos

5.1 Desarrollar por lo menos 4 alternativas a tu idea de negocio inicial, incluyendo las estrategias de innovación presentadas, teniendo en cuenta que una nueva idea puede salir de combinar diferentes estrategias.

Alternativas de negocio

1. venta de artículos decorativos y personalizados de terror.

2. Diseño y creación de material gráfico y publicitario.

3. Asesoría y prestación de servicios en diseño y producción gráfica

4. Unificar las alternativas ya planteadas para que funcionen en conjunto.

Para el desarrollo de mi alternativa de negocio planeo como estrategia innovadora la innovación en productos, donde puedo realizar artículos decorativos en los que incluya una pieza gráfica que lo relacione, dándole valor agregado de colección y también brindando servicio y asesoría en el diseño y producción de material gráfico.

5.2 Investigación de competencia.

Al ser una empresa en proceso de crecimiento, he investigado acerca de la competencia las cuales en su mayoría son tiendas relacionadas en artículos coleccionables de terror, entre ellas están:

- Zombiteca: tienda especializada en artículos de terror; películas, camisetas, collares, pines y productos importados. (Competencia indirecta)

- Las 36 caras FX: estudio especializado en maquillajes y caracterización.

(Competencia directa)

- FX Studios halloween: punto de fábrica y tienda enfocada en venta y producción de

mascaras en látex. (Competencia directa)

- Transilvania store: tienda de terror enfocada en la venta de productos importados.

(Competencia directa).

Estas son marcas con las que tengo un común denominador en cuanto al tipo de productos se refiere, mi valor agregado será qué, el producto final irá acompañado de una pieza grafica que lo relacione, ejemplo, el empaque, un afiche, un souvenir, etc. Así como también brindare asesoría en cuanto al producto a realizar.

5.3 Analisis de las 4 alternativas tu idea de negocio con respecto a la competencia

Con respecto a mi competencia, al momento de desarrollar los productos puedo brindar al cliente la seguridad de adquirir una pieza única con acabados y detalles de calidad, una pieza que a gusto del cliente puede ir en un empaque de colección para que no se deteriore, un afiche o souvenir que lo complemente, adicional a ello cuento con la experiencia de brindar una solución óptima al tipo de producto que el cliente solicite, ya sea producto decorativo o material gráfico publicitario.

5.4 Nuevo análisis de la idea de negocio

Considero que, mi idea es viable ya que existe un alto número de fanáticos al cine de terror que tienden a ser coleccionistas por ejemplo, como se mencionó con anterioridad tomo de referencia los eventos del festival del terror de salitre mágico y el salón del ocio y la fantasía (SOFA), donde por experiencia propia son eventos que congregan un gran número de espectadores, fanáticos y coleccionistas en los que se aprecia un alto flujo comercial de este tipo de productos, viendo la oportunidad de brindar mis productos sumados de la línea gráfica en relación al mismo, tomando por otro lado la parte del diseño y producción grafica que a diario genera una demanda de productos y servicios bastante rigurosa lo que permite ejercer el desarrollo de mi conocimiento, experiencia y competencias en artes gráficas y visuales.

5.5 Descripción de la idea más prometedora e innovadora.

Unificar las alternativas planteadas en principio, la elaboración de artículos decorativos y personalizados de terror y diseño y creación de material gráfico y publicitario, esto permite apreciar que, a partir de las alternativas planteadas, la empresa manejará 2 departamentos, el de artes gráficas y el de efectos especiales, en donde pondré en marcha el diseño, desarrollo y producción de productos, eso sí teniendo en cuenta que ya poseo un prototipado que permita posicionarme en el mercado.

Fuerzas de la industria

6.1 Contextualización de la empresa

Nombre de la empresa: Living Dead Fx y props personalizados

Actividad económica: distribución y venta de artículos relacionados con cine de terror y solución a problemas de diseño gráfico y material publicitario

Tamaño: Siendo una empresa en proceso de formación se destaca la realización de algunos productos y trabajos para clientes reales, lo que podría traducir en poca cantidad de productos pero que sirven para empezar a posicionar la empresa.

Lugar de ubicación: la empresa se encuentra ubicada en Bogotá en la localidad de bosa.

6.2 Análisis de la demanda

- ¿Cómo es la personalidad de mis usuarios?

Gracias a los productos y servicios de la empresa espero que la personalidad de mis usuarios o clientes sean:

Exigentes: que busquen productos bien desarrollados, de calidad y que cumplan con los procesos de producción.

Activos: aquellos que fidelicen con la empresa y sus compras seas constantes.

Ocasionales: que adquieran mis productos por ciertas temporadas o según sus necesidades y que asimismo el resultado cumpla con sus expectativas.

Influyentes: que sirvan de soporte para crecimiento de la empresa por medio de recomendaciones a terceros acerca de los productos que adquieren.

- ¿Cómo se comportan?

Curiosidad: gracias al tipo de productos que ofrezco sirven para despertar en los clientes este comportamiento, que los impacte y sientan la necesidad de adquirirlos.

Interés mismo: que por conocimiento propio de los clientes sepan el tipo de producto que requieren y sus requerimientos sean cumplidos.

- ¿Cuál es el tamaño del mercado?

Amplio ya que, siendo productos de artes gráficas o visuales, gracias a la investigación de competencia es un mercado que a pesar de no ser esencial cumple con muchas expectativas en aquellos que los requieren.

- ¿habrá espacio para mi idea de negocio?

Si, debido a lo mencionado anteriormente en la oportunidad y a partir de la experiencia es una idea que puede combinarse para generar diferentes tipos de productos y servicios que cumplan con las expectativas de los clientes.

6.3 Análisis de la oferta

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

Dentro de la investigación de mi competencia, a pesar de tener productos en común no veo que ninguno maneje el uso de dos departamentos dentro de sus almacenes o empresas, ya que para los productos que comercializan se valen de terceros o importaciones para el desarrollo de sus estrategias de ventas y publicidad.

¿Cuántas empresas existen?

Dentro del estudio de competencia por departamentos dentro de mi empresa están:

Departamento de efectos especiales

- Zombiteca
- Las 36 caras FX
- FX Studios halloween
- Transilvania store

También en el departamento de diseño y producción gráfica la competencia es equitativa ya que dentro del gremio se maneja un estándar de costos en los que como independiente ajusto un valor debido a mi experiencia y conocimiento, valor que no afecte el mercado interno dentro del gremio.

¿Cuáles son sus estrategias?

Gracias al alto uso de las redes sociales principalmente Facebook e Instagram la estrategia principal estas marcas o empresas es sacar provecho para concretar la venta de sus productos o servicios a través de usuarios, páginas y Marketplace.

¿A qué porcentaje del mercado llega cada uno?

Gracias al análisis de las redes sociales de estas marcas basándome en opiniones y calificación por estrellas, encuentro que están a un porcentaje medio ya que ciertas opiniones y calificaciones distan de bastante tiempo lo que me hace concluir que a pesar de generar ventas no tienen cierto manejo y acercamiento con sus clientes a través de estas redes.

¿Puntos fuertes y débiles?

Dentro de mi empresa y personalmente dentro de mis puntos fuertes esta el conocimiento, habilidad y experiencia dentro del desarrollo de cada producto lo que me lleva a ser mas competitivo y comprometido con las labores y procesos a manejar dentro de la empresa y como puntos débiles encuentro que al ser una empresa en proceso de formación y crecimiento sea más demorado el proceso de recordación y fidelización de los clientes hacia esta.

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

En cuanto a los productos que ofrece la competencia es viable aplicar una estrategia de marketing y publicidad en donde cada producto lleve una línea grafica que permita hacer del mismo una pieza única y de colección.

¿Cómo espera competir?

Con productos propios, personalizados y de calidad que cumplan con los requerimientos y necesidades del cliente, en relación a las artes gráficas y visuales.

¿Cómo espera hacerlo mejor?

Teniendo en cuenta el análisis con la competencia en cuanto a redes sociales se refiere, mi empresa cuenta con página de Facebook e Instagram en donde se mantenga una estrecha relación con los clientes y permita mantenerlos actualizados tanto de los productos y servicios de la marca

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

Dentro de la competencia indirecta contemplo la realización de la línea gráfica del producto que se venda, como se mencionó con anterioridad un empaque, un recuerdo o un complemento que haga de ese producto una pieza única y de colección.

¿Cuáles son las barreras de acceso?

Elevadas inversiones: en cuanto al departamento de diseño y producción gráfica esta es una de las barreras más notorias, ya que como diseñador doy soluciones a los clientes, pero me

veo en la necesidad de tercerizar en cuanto a los procesos de producción ya que como independiente no cuento con la maquinaria requerida para el flujo de producción de estos, ejemplo cuento con mi computador personal en el cual diseño las piezas en los programas, pero a la hora de materializarlos debo valerme de un lugar en donde las piezas sean impresas con los acabados requeridos.

Ubicación favorable: ya que mi empresa se ubica en una zona con poca afluencia de personas esto hace que mi empresa no tenga buena visibilidad al público.

Reacción de la competencia: en cuanto al entorno de la competencia su respuesta no sería favorable ente mi empresa ya que en su mayoría importan productos y tienen un margen de fidelidad con sus clientes, a diferencia mía que realizo los productos dentro de la empresa.

¿Cómo se mantendrá al día en la tecnología y tendencias que puedan afectar la empresa?

A través de redes sociales, ya que en los últimos años y más éste debido a la pandemia muchas empresas constituidas y nacientes se han visto en la necesidad de fortalecer su economía por estos medios e internamente en la empresa mediante la actualización y versiones recientes de los softwares utilizados que permitan llevar a cabo los debidos procesos en diseño y producción gráfica, que en mi caso son Adobe Illustrator, Photoshop, InDesign y adobe Acrobat pro.

6.4 principales características de la oferta. Tome como base la siguiente tabla:

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
Zombiteca	Películas, coleccionables, pines y camisetas enfocados al terror	Desde $15.000 hasta $140.000	Distribuidores y fidelidad de sus clientes	Bogotá
Las 36 caras FX	Insumos para mmaquillaje artístico y talleres de caracterización	Desde $80.000	Punto de fábrica y Fidelidad de sus clientes	Bogotá
FX Studios halloween	Máscaras de latex	Desde $60.000	Punto de fabrica	Bogotá
Transilvania store	Peliculas, figuras, libros mascaras enfocados al terror	Desde $45.000	Distribuidores	Bogotá

6.5 Análisis de la comercialización y de los proveedores:

proveedores que se requieren para la producción de su producto o servicio

En cuanto al departamento de diseño gráfico el mayor tipo de proveedor son las imprentas en donde se lleva a cabo el proceso de producción de las piezas o productos ya que como lo

mencione con anterioridad no cuento con la maquinaria necesaria lo que me lleva a tercerizar ciertos procesos.

Y dentro del departamento de efectos especiales, mis proveedores principales serian grandes papelerías y almacenes de cosméticos en donde se adquiere el material para la elaboración de los productos personalizados de terror.

Tipos de proveedor le da competencia

En la competencia de mi empresa encuentro que sus tipos de proveedor son:

- Fabricantes
- Distribuidores

Ya que se en el caso de FX Studios Halloween y Las 36 caras FX son marcas manejan sus puntos de fábrica y Zombiteca y Transilvania store distribuyen productos que ya han pasado por un proceso de producción.

En cuanto a la competencia en el ámbito de las artes gráficas su tipo es fabricante ya que cuentan con las maquinaria e insumos para la producción de los productos.

Canales para la distribución del producto o servicio.

Dentro de los canales de distribución de mi empresa está el directo ya que dentro la misma se realizan los productos como punto de fábrica y a pesar de tercerizar ciertos procesos, es dentro del mismo punto de fábrica donde se distribuye el producto final.

Segmenta el mercado

7.1 15 bondades del producto (bien o servicio)

- Precios acordes para cada cliente y tipo de proyecto.
- Calidad en cada producto y servicio brindado.
- Orientación oportuna para el proyecto que el cliente solicite.
- Personalización, para que cada cliente tenga una pieza o producto único.
- Cumplimiento con los requerimientos del cliente.
- Buena imagen de la empresa hacia los clientes.
- Buena experiencia y atención al cliente.
- Facilidades de pago y financiamiento de proyectos.
- Buena publicidad que identifique los productos de la empresa ante el cliente.
- Mediación a favor de la empresa y el cliente en caso de algún contratiempo
- Solución ante los requerimientos del cliente, es lo que el cliente quiere es lo que se le brindará.
- Domicilio, siempre y cuando el cliente lo requiera su producto llegara en óptimas condiciones.
- Valor agregado en cada producto, que evidencie la importancia del cliente en mi empresa.
- Acompañamiento hacia los no solo de manera presencial sino de manera digital a través de las redes sociales en donde se atiendan sus requerimientos y deseos.

7.2 Ejercicio de Buyer Persona

Cliente	Miedos, frustraciones y ansiedades	Desea, anhela, necesita y sueña
Eduardo Martínez	Nadie le conoce su trabajo tan solo familiares y amigos, lo que despierta en él temor de emprender y no crecer laboral y personalmente	A pesar de trabajar como mesero por varios años, esto le ha ayudado conocer y crear sus propias recetas, por lo cual desea emprender en el servicio de catering.
Demográficos y geográficos Edad 41 años Masculino Estrato 2 Bogotano	¿Qué tratan de hacer y por qué es importante para ellos? Busca una estrategia de imagen para su servicio, una que represente su trabajo para lo cual necesita un logotipo y una identidad corporativa que le permita llegar a sus nuevos clientes.	¿Cómo alcanzan esas metas hoy, hay alguna barrera en su camino? Eduardo, no sabe cómo dar a conocer su servicio pues busca una identidad que le permita ser reconocido dentro del ámbito gastronómico
Frases que mejor describen sus experiencias: Eduardo es un hombre que cuenta con pocos estudios, pero esto no ha impedido su proceso de crecimiento personal y ha tenido la capacidad de aprender de los cocineros del restaurante donde trabaja como mesero, junto a su familia y amigos ha podido demostrar su potencial como chef, su dedicación y entrega con esta labor.		

Otros factores a tener en cuenta: Algo interesante de Eduardo es que es ágil y coordinado a la hora de preparar las recetas permitiéndole ser muy ordenado, limpio y cauteloso al momento de servir los platos, lo que favorece su imagen emprendedora dentro del ámbito gastronómico.

Cliente	Miedos, frustraciones y ansiedades	Desea, anhela, necesita y sueña
Laura Prada	Laura es una apasionada por el cine de terror y a pesar de respetar sus gustos, a su familia no le llama la atención el género pues creen que psicológicamente puede afectarla.	Coleccionar es su hobby favorito desde muy temprana edad y aunque a veces su dinero extra se ve comprometido por artículos costosos, últimamente busca artículos de bajo costo, pero de buena calidad.
Demográficos y geográficos Edad 23 años Femenino Estrato 4 Bogotana	¿Qué tratan de hacer y por qué es importante para ellos? Laura es estudiante universitaria y también trabaja, gusta del cine de terror, colecciona mercadotecnia enfocada el género desde figuras hasta ropa	¿Cómo alcanzan esas metas hoy, hay alguna barrera en su camino? En algunas ocasiones su salario se ve comprometido ya que suele pagar ciertos artículos mediante facilidades de pago.

Frases que mejor describen sus experiencias: Su colección aborda desde artículos costosos hasta artículos artesanales, siempre y cuando sea todo de terror pues es tanto su fanatismo que a pesar de ser responsable con sus gastos gran parte de su salario lo destina a este tipo de productos.
Otros factores a tener en cuenta: Laura siempre ha sido muy cuidadosa con sus colecciones pues las atesora como lo más valioso, esto hace que quienes la conocen queden sorprendidos por la cantidad de artículos y el buen estado en el que los conserva, suele limpiarlos, ordenarlos de diferentes maneras siempre para que se vea armónico y muy llamativo.

7.3 Describa lo siguiente:

A. ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal?

A pesar del rango de edad al que se dirige la empresa mis clientes ideales los encuentro en personas jóvenes que sientan atracción y gusto por los productos que ofrezco, que sean dinámicos y con capacidad de asombro.

B. ¿Qué valores destacan a su cliente ideal?

- Respeto.
- Confiabilidad
- Fidelidad.
- Empatía.
- Buena actitud.

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.

Como se sabe, los clientes de cualquier marca buscan un buen servicio y la manera de relacionarme con los ellos es directamente, en donde puedan apreciar los productos y servicios que como empresa ofrezco, para que asimismo conozcan de primera mano el tipo de producto que va a adquirir junto a las posibilidades y soluciones que dentro de mi experiencia y conocimiento les puedo brindar, el factor de que ellos conozcan el producto es muy importante para así encontrar el posicionamiento deseado dentro del mercado

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

- Solución a sus problemas
- Autonomía
- Excelente atención y servicio
- Facilidades
- Satisfacción

7.4 Ajuste de cliente ideal.

Las bondades anteriormente descritas se ajustan a mi cliente ideal a la hora de brindarle un servicio de calidad en donde se sienta a gusto para que, a la hora de entregarle su producto final, que se sienta importante para la empresa, que sus opiniones y deseos sean siempre tenidos en cuenta, se fidelicen con la marca y pueda recomendar los productos y servicios

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

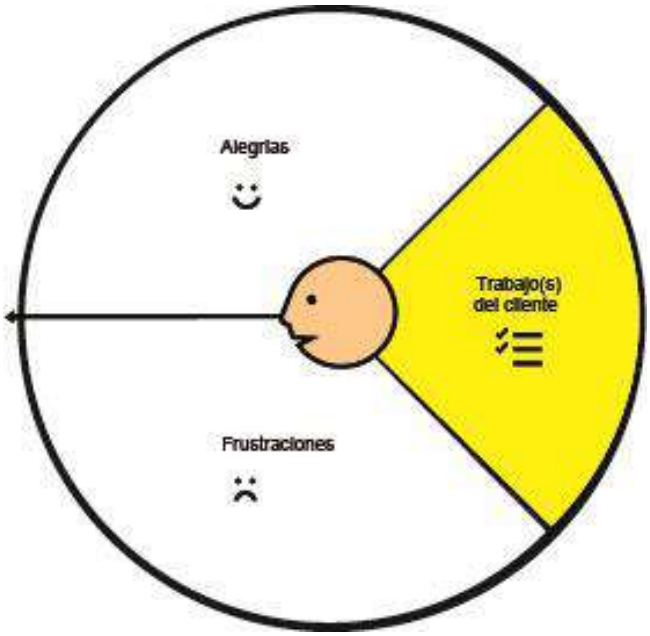
- Agencias de diseño e imprentas.
- Tiendas online y especializadas.

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

Psicográficamente dentro del ámbito de las artes visuales mis mayores clientes serán con estilo de vida coleccionista y fanático por el terror que busque una pieza o producto único y personalizado, en cuanto a la parte de producción gráfica se segmentaria con aquellos negocios busquen un beneficio con los productos o servicios que ofrezco siendo de alto potencial ya que son negocios que buscan suplir una necesidad con estrategias gráficas y de diseño que les permita ser reconocidos.

Propuesta de valor

8.1 Perfil del cliente



- ¿Qué tareas intentan realizar mis clientes en su vida personal o laboral?

Estudiar, trabajar, conocer lugares, vivir experiencias, conocer personas.

- ¿Qué problemas tienen mis clientes de los que quizá no estén enterados?

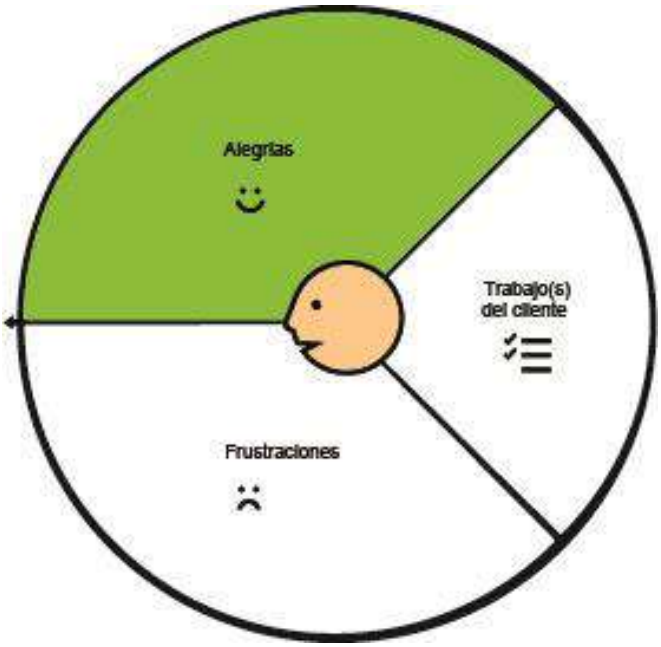
Estrés, afán, distracciones.

- ¿Qué necesidades emocionales tratan de satisfacer mis clientes?

Tranquilidad, comunicación, atención, entretención.

- ¿Cómo se quiere sentir el cliente?

Satisfecho, feliz, conforme, relajado.



- ¿Qué ahorro haría felices a mis clientes? ¿Tiempo, dinero, esfuerzo?

Facilidades de pago, comodidad, eficacia y comprensión.

- ¿Qué niveles de calidad esperan, y que desearían más o menos?

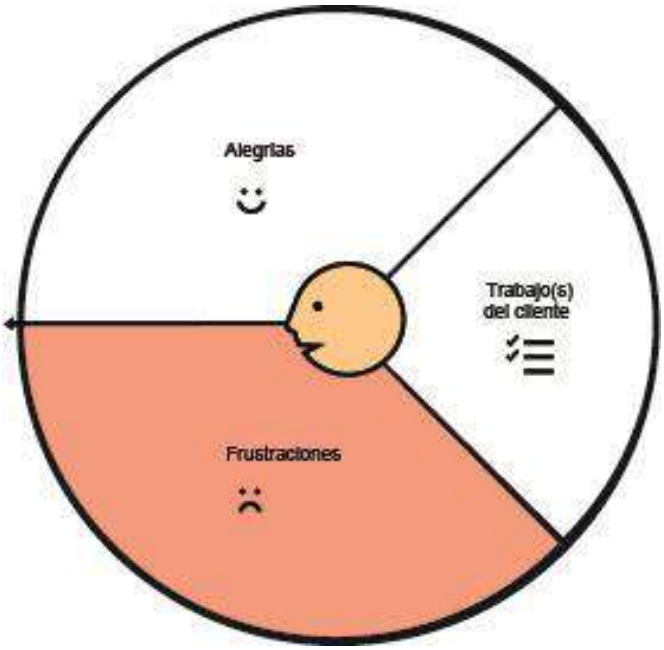
Altos, que los productos y servicios que adquieran sean lo que ellos han solicitado sin ningún tipo de inconveniente.

- ¿Qué facilitaría la vida de mis clientes?

Productos y servicios bien ofrecidos, asesoramiento acerca del producto que adquirió y cuyo tiempo sea apreciado por la empresa y sus opiniones tenidas en cuenta.

- ¿Cómo miden mis clientes el éxito y el fracaso?

Tranquilamente y con tolerancia analizando las situaciones y estados ya que estos son pasajeros.



- ¿Cómo definen mis clientes demasiado costosos? ¿Mucho tiempo dinero o esfuerzo?

Es difícil pagar por un producto que exceda sus límites económicos, Precio injusto, que por falta de tiempo no puedan acceder a los productos o servicios.

- ¿Qué hace que mis clientes se sientan mal?

No tener soluciones a su necesidad, mala atención y mal servicio.

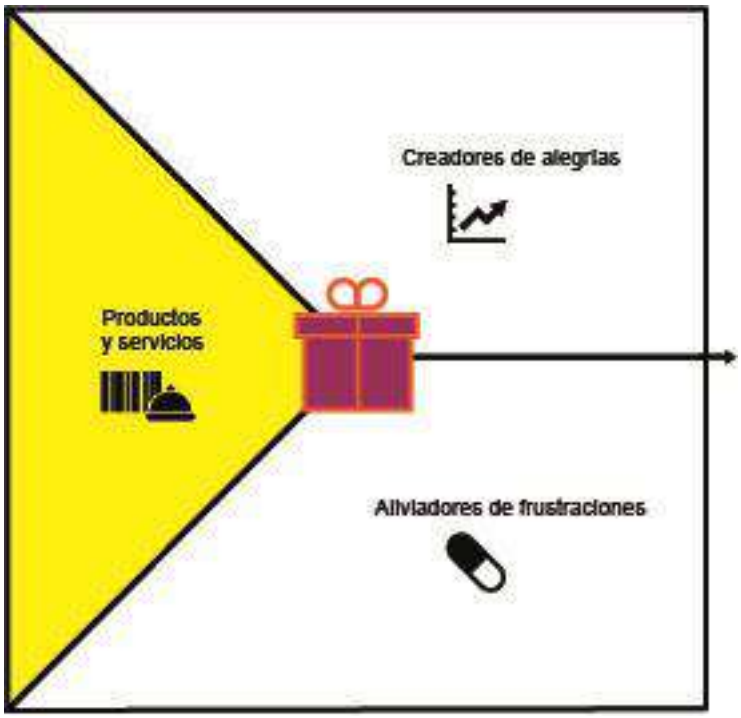
- ¿Cuáles son las principales dificultades de mis clientes?

No atender sus solicitudes y deseos, esperar mucho por un producto, falta de oportunidad a la hora de ofrecerle un producto o servicio.

- ¿Qué les preocupa a mis clientes?

Mal servicio, mal estado del producto final, desorden, falta de respeto y tolerancia.

8.2 Mapa de valor



- Diseño gráfico
- Material publicitario y gráfico
- Tarjetas de presentación, volantes, material impreso
- Diseño de imagen corporativa
- Esculturas y artículos decorativos de cine de terror.
- Artículos personalizados de terror (agendas, portavasos, estuches para smartphone)

- ¿Generar ahorros de tiempo, dinero y esfuerzo?

Facilidades de pago, financiamiento.

- ¿Hacer que mis clientes se sientan mejor?

Brindar un servicio de calidad y acogedor con el que se sienta feliz y complacido.

- ¿Arreglar soluciones de bajo rendimiento?

Agilidad y experiencia al momento de ofrecer los productos y servicios de la empresa.

- ¿Poner fin a las dificultades y retos de los clientes?

Entregar el producto que ha solicitado con buenos entandares de calidad que sienta satisfacción a la hora de la entrega final.

- ¿Eliminar riesgos que les asuste?

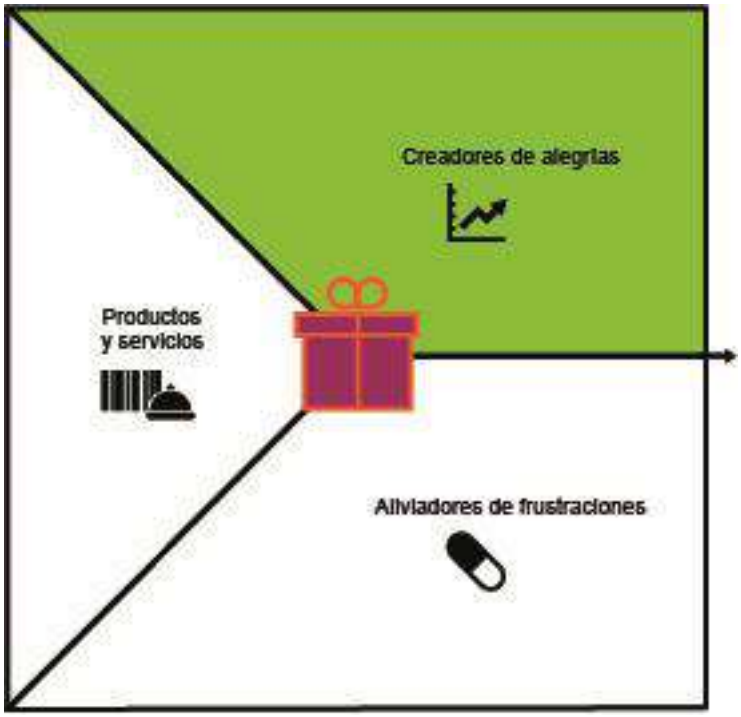
Confianza y buena comunicación entre él y la empresa

- ¿Limitar los errores que cometen?

Brindar buenas asesorías para que este sepa el tipo de producto que esta apunto de adquirir.

- ¿Eliminar barreras que hacen que los usuarios no adopten el producto o servicio?

Enseñar siempre a los clientes el portafolio y productos en físico para que vea de primera mano la calidad que esta apunto de adquirir



- ¿Crear ahorro que satisfaga a los clientes?

Ofrecer servicios con precios acordes y asequibles a su presupuesto, debemos tener en cuenta que, con la situación actual de la pandemia, numerosas empresas y marcas elevan los precios de sus productos para recuperar las perdidas factor que afecta a los clientes y las mismas marcas.

- ¿Producir resultados que los usuarios esperan o superan sus expectativas?

Que la calidad, cumplimiento y limpieza a la hora de la entrega sea alta, el cliente se sienta importante y feliz de adquirir el producto o servicio.

- ¿Facilitar el trabajo o la vida de mis clientes?

Mas que facilitar es satisfacer, que el cliente se sienta a gusto y satisfecho con el producto y que este perdure.

- ¿Hacer algo especifico que los clientes buscan?

Cumplir con las especificaciones y requisitos del cliente en donde a la entrega final se refleje la calidad y se justifique el precio del producto.

- ¿Cumplir un deseo de los clientes?

Tener a los clientes siempre en primer lugar, escuchar sus sugerencias y deseos en cuanto a mejoras aplicadas a los servicios y los productos.

- ¿Producir resultados positivos que coincidan con el éxito del cliente?

Que cada producto o servicio brindado por la empresa cumpla con las expectativas del cliente que dependiendo del tipo de producto le brinde alegría o satisfacción.

8.3 Declaración de la propuesta de valor

Si quiero crecer como emprendedor y empresa, no debo pensar en mí, sino poner a los clientes y sus deseos en primer lugar para que así estos se sientan acogidos, apreciados y valorados.

Diseña el producto

9.1 Definición estratégica

- Seguimiento de la normatividad de competencia laboral para la industria publicada por la ANDIGRAF - Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación Gráfica.
- Registro de la empresa en CCB cámara y comercio de Bogotá donde se evidencie la matricula mercantil y los activos de la empresa.
- Documento RUT de persona natural en donde se demuestra la actividad económica realizada por mi como representante legal de la empresa.
- Dentro de la industria gráfica la empresa se relaciona con la NTC 6039 que especifica requisitos ambientales para las tintas utilizadas dentro de sistemas de impresión como offset, serigrafia, huecograbado, letterpress y flexográfia minixando el uso de materias nocivas para el ambiente.

9.2 Diseño de concepto

Departamentos	Materiales	Maquinaria
Diseño gráfico	• Papel para muestras de color • Colores, lápices y bitácora para bocetación. • Escuadras y regla T para medición. • Compas y tabla de corte.	• Computador con Illustrator, Photoshop e InDesign. • Impresora y scaner • Plotter de corte pequeño para acabados en piezas impresas de bajo tiraje • Guillotina para refilar sobrantes de papel

Efectos especiales	• Pintura acrílica para aplicar colores base y sombreados. • Estiletes metálicos para esculpir, dar detalle y realismo a la pieza. • Pinceles para acabados finos • Látex para dar realismo y acabado texturizado de piel. • Plastilina para crear moldes • masilla epoxica para esculpir la pieza final. • Alambre dulce para la base o esqueleto de la pieza • Cabezas de icopor para ahorrar tiempo a la hora de iniciar el esculpido. Laca en aerosol para acabado mate.	• Aerógrafo para facilitar la aplicación de pintura y detallar los acabados. Computador para planear y previsualizar el tipo de producto o pieza a realizar

9.3 Diseño en detalle

Proceso de producción

Departamento	Proceso
Diseño grafico	1. Análisis de la propuesta. (4 horas) 2. Bocetacion. (2 horas) 3. Aprobación del cliente. (determinada por este) 4. Digitalización. (4 - 6 horas) 5. Artefinal del archivo. (2-3 horas) 6. Muestras de color para el cliente donde se evidencia el resultado de la pieza/s diseñadas. 7. Impresión del archivo en la cantidad solicitada por el cliente. (1-2 días hábiles) 8. Entrega final y apreciaciones del cliente.
Efectos especiales	1. Elección de la pieza por parte del cliente. 2. Estudio de medidas. (1 hora) 3. Esculpido, modelado y secado de la pieza. (6 – 16 horas) 4. Aplicación y secado de pintura. (8 – 10 horas) 5. Aplicación de la laca. (1 hora) 6. Empaquetado de la pieza. 7. Entrega final y apreciaciones del cliente.

Cadena de distribución

En la empresa se contempla una cadena de distribución directa ya que soy yo quien maneja los procesos y flujo de producción, diseña, y realiza los artículos que llegaran al cliente final.

Costos de producción y precio de venta

Dentro del departamento de diseño gráfico gracias a mi carrera ya cuento el material descrito anteriormente, pero hay que tener en cuenta que necesito:

- Internet con un costo de $ 45.000
- Servicio de energía con un costo de $ 25.000

Estos dos gastos generan un total de $70.000 mensuales

Dentro del departamento de efectos especiales, igualmente cuento con el material debido a que ya he realizado ciertas piezas decorativas, aunque por el proceso de elaboración de algunas el material tiende a gastarse con mayor rapidez entre estos insumos están:

- Masilla epoxica $24.000 libra.
- Látex liquido $60.000 galón.
- Pintura acrílica $4000 frasco (el costo varía de cuantos se necesiten).
- Alambre dulce $1000 metro (la cantidad en metros varía dependiendo las piezas a realizar).
- Cabezas de icopor $5500 unidad (varía según las piezas a realizar).
- Laca para acabado mate en aerosol $12.000

Estos gastos generan un estimado de $106.500 mensuales teniendo en cuenta la variación o cantidad de insumos necesarios, valga la redundancia que en algunas ocasiones se necesitara más o menos dependiendo el tipo de producto.

En cuanto al costo de venta refiriéndome a diseño y producción grafica ya manejo una base de precios y costos finales en donde se contemplan los costos de producción y finalizado de piezas, estos precios van desde $ 40.000 hasta $ 1’600.000 y en el departamento de efectos especiales los productos y piezas van desde $30.000 en adelante teniendo en cuenta los colores y la complejidad del artículo.

9.4 Validación y verificación

- Prestar un excelente servicio y asesoría al cliente.
- Mayor rendimiento en los procesos de producción.
- Adquisición de insumos de calidad que permitan la durabilidad del producto.
- Cumplimiento con los requerimientos y solicitudes del cliente.
- Recolección de datos que sirvan para mejorar, sistematizar y optimizar los procesos de producción.
- Manejar ordenes de producción que permitan conocer las características del producto que se va a realizar.
- Orden y coordinación en cada proceso de producción, el incumplimiento de tan solo un proceso puede poner en riesgo el desarrollo final.
- Empacar el producto adecuadamente y que este no sufra ningún tipo de daño dentro y fuera de la empresa.

- Acoger al cliente dentro de la empresa, en donde él sea parte vital para el crecimiento de esta.
- Satisfacción de cliente en donde se refleje la continuidad y vigencia del producto dentro de la empresa.

9.5 Producción

Empaque

Para la entrega final de los productos planeo entregarlos en bolsa negra de papel en donde se evidencia el logotipo de la empresa.

- Ficha técnica del producto n° 1

Nombre del producto	Estuche zombie para smartphone
Descripción	Producto personalizado a pedido del cliente, este brinda las dimensiones del dispositivo 14,8 cm alto x 7 ancho x 8 mm profundidad, se tiene en cuenta que el estuche final no obstruya el sistema de desbloqueo de huella ni interfiera con las cámaras frontal y trasera, así mismo que el estuche permita el debido uso de las teclas de apagado y volumen.
Lugar de elaboración	Living dead – departamento de efectos especiales, el sitio de trabajo cuenta con el suficiente material y espacio para el desarrollo del producto.
Composición	• Masilla epoxica • Pintura acrílica • Laca brillo mate
Presentación y empaque	Bolsa pequeña de papel tamaño 18 cm alto 9 cm de ancho Incluye ojo decorativo de llavero como obsequio por la compra.
Características	• Estuche para celular Samsung Galaxy J6 • Colores fríos con sombreados que simulan piel podrida • 15 cm alto x 7,3 cm de ancho x 1 cm profundidad • Ojo de alto detalle y realismo de 1,5 cm de diámetro (Llavero)

- Ficha técnica del producto n° 2

Nombre del producto	Tarjetas de presentación para restaurante
Descripción	El cliente solicita medio millar de tarjetas de presentación para restaurante de comida mexicana. El cliente entrega las imágenes, tipografías y colores (Verde, blanco, rojo) requeridos para la pieza.
Lugar de elaboración	Living dead – departamento de diseño y producción gráfica, el área de trabajo cuenta con el computador y programas requeridos para el diseño de la pieza.
Composición	• Acabado con brillo mate UV • Propalcote de 300 gr
Presentación y empaque	El medio millar se entrega debidamente envuelto para que no sufra ningún tipo de daño, el envoltorio cuenta con información de la empresa como contacto y redes sociales.
Características	• Impresas a tiro y retiro full color • Esquinas curvas • Orientación vertical • 9 cm ancho x 5,5 cm de alto • Medio millar (500 unidades) • Diseño completamente vectorizado

- Fase del producto o servicio dentro del ciclo de vida.

Considero que tomando como ejemplo los productos descritos anteriormente entran en fase de madurez y declive ya que:

El estuche para smartphone con el paso del tiempo la laca del producto puede llegar a caerse debido al constante uso del dispositivo, pero esto no afectara el color ni características del producto.

Las tarjetas de presentación al ser repartidas por el propietario o colaboradores del restaurante van a minimizar la cantidad lo que lleva a producir una nueva cantidad de estas.

Prototipa

10.1 Características del producto

Para el prototipo presentado a continuación tomare de ejemplo un folder universitario que ha sido personalizado e inspirado en una película de 1981 llamada Evil Dead, el producto recrea un encuadernado en cuero con un rostro en su portada, sus características son:

- 30 cm alto x 20 cm ancho x 4 cm profundidad (lomo).
- Capacidad para 200 hojas de folder u hojas de resma y varios separadores.
- El encuadernado se hizo con látex para simular piel.
- Pintado con gama colores marron y aerógrafo.
- Liviano

10.2 Características del prototipo

Nombre del prototipo	Folder Evil Dead
Técnica (s) utilizada	Debido a los rasgos del encuadernado para el esculpido sobre la portada y contraportada se trabajó manualmente, luego del secado del látex para la aplicación de color se utilizó aerógrafo.
Material utilizado	• Folder base de tapa dura. • Papel de cocina. • Látex líquido. • Estiletes metálicos para esculpir. • Pintura acrílica, laca brillo y pinceles finos. • Aerógrafo.

procedimiento	• Se preparan las tapas del encuadernado a la medida requerida • Sobre estas se boceta los rasgos del rostro y formas que lo componen. • Se aplica la primera capa de látex sobre la portada. • Con papel de cocina remojado en látex se empieza a esculpir el rostro que compone la pieza. • Luego del esculpido sobre las tapas, en donde se ven todos los rasgos de la pieza se aplica látex capa a capa esto nos permitirá ver que es una pieza uniforme. • Después de seca la totalidad el látex sobre las tapas y el esculpido, se aplica talco para evitar que el látex se adhiera entre si y el proceso de producción se vea afectado. • A continuación, se procede a la preparación de los acrílicos teniendo en cuenta que la aplicación debe ser de claro a oscuro, con el aerógrafo aplicamos el color base equivalente a las partes claras y totalidad de la pieza. • Luego se aplican los colores oscuros para sombreados y hendiduras del encuadernado. • Luego del secado se procede a aplicar la laca para que permita la durabilidad del color y no se deteriore el producto.

10.3 Interacción del cliente con el prototipo

En este caso el prototipo se aplica a un entorno estudiantil en donde el cliente puede llevarlo a todas partes, tomar apuntes, dibujar, manejar diferentes asignaturas y gracias a las argollas que soportan las hojas puede utilizar recordatorios que no intervengan con los apuntes que ya ha tomado, a pesar de su composición es un prototipo bastante liviano que facilita su carga en la mano o morral.

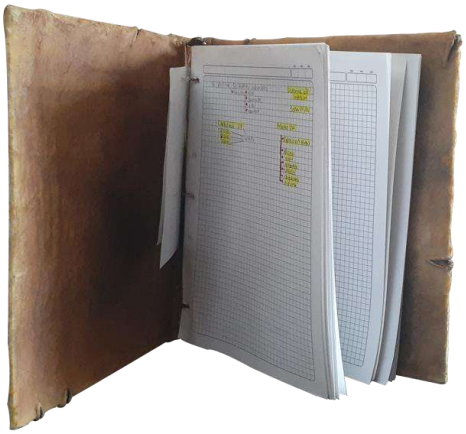
10.4 Evidencia del prototipo

- Portada

- Interior

-Portada y contraportada

- Hojas interiores



Modelo running lean

11.1 Lienzo Lean Canvas

Modelo Running Lean de la empresa Living Dead fx y props personalizados

<table>
<tr>
<td rowspan="2">Problema
¿qué problema padece el cliente y que el producto/servicio ofrecido pretende solucionar?
Teniendo en cuenta el departamento de diseño gráfico, en este se solucionarán problemas de comunicación que tengan los clientes en donde cuya solución les permita dar a conocer sus empresas y proyectos dentro de la comunidad.</td>
<td>Solución
conocimiento, calidad y experiencia son características y fortalezas que me permitirán brindar al cliente un excelente producto final.</td>
<td rowspan="2">Propuesta de Valor única
Si quiero crecer como emprendedor y empresa, no debo pensar en mí, sino poner a los clientes y sus deseos en primer lugar para que así estos se sientan acogidos, apreciados y valorados.</td>
<td>Ventaja especial
Personalización bajo los requerimientos del cliente que les permita tener un producto único.</td>
<td rowspan="2">Segmento de clientes
Personas de 18 a 50 años que sean coleccionistas, dinámicos y que requieran soluciones de diseño y producción gráfica.</td>
</tr>
<tr>
<td>Métricas Clave
Desde el principio estaré al tanto de medir el flujo de clientes y la intensidad de compra, en donde pueda tener el tipo al que pertenecen,</td>
<td>Canales
Dentro de los canales de distribución de mi empresa está el directo ya que dentro la misma se realizan los productos como punto de fábrica y a pesar de tercerizar</td>
</tr>
</table>

	exigentes, activos ocasionales o influenciadores y también el flujo de productos, cuáles son los más solicitados y frecuencia con la que se vende.		ciertos procesos, es dentro del mismo punto de fábrica donde se distribuirá el producto final, aunque gracias a las redes sociales que maneja la empresa se contempla como canal digital de distribución.	

Estructura de costos	**Fuentes de ingresos**
Costos fijos y variables de la empresa En primer lugar, se contemplan los pagos de local y servicios públicos estimados en: Local $450.000 Internet $ 45.000 Energía $ 25.000 Agua $ 60.000 Estos gastos generan un total de $580.000 mensuales. Gastos por mercadeo Para lanzamiento de la empresa, requiero: La impresión de un aviso con el logotipo de la empresa,	¿cómo ganarás dinero? A través de la venta de productos y prestación de servicios y asesorías según el tipo de producto que requiera el cliente. ¿por qué te van a pagar tus clientes? Por conocimiento, calidad y experiencia con estos ítems busco que cada producto y servicio brindado ¿son precios fijos o dinámicos? Los precios manejados en la empresa dentro del departamento de diseño gráfico son fijos ya que existe un estándar según la industria gráfica y

tarjetas de presentación, volantes y estrategia de lanzamiento de marca Materiales consumibles En el departamento de efectos especiales se contempla el uso de los siguientes materiales: • Masilla epoxica $24.000 libra. • Látex liquido $60.000 galón. • Pintura acrílica $4000 frasco (el costo varía de cuantos se necesiten). • Alambre dulce $1000 metro (la cantidad en metros varía dependiendo las piezas a realizar). • Cabezas de icopor $5500 unidad (varía según las piezas a realizar). • Laca para acabado mate en aerosol $12.000 Estos gastos generan un estimado de $106.500. Sueldos del personal Dentro del sueldo principalmente se contempla el mío ya que por ahora el manejo de la empresa y procesos de producción serán realizados por mí**.**	dentro del departamento de efectos especiales son dinámicos ya que algunos productos varían su proceso de producción. ¿dependerán del tipo de segmento o ubicación geográfica? Si, debido a que al cliente se le puede dar la posibilidad y facilidad de adquirir el producto, por ejemplo, en el departamento de producción grafica se puede ofrecer bajas cantidades del producto solicitado como tarjetas de presentación, que se maneja por millar (1000uds) o medio millar (500 uds), si requiere tan solo 200 o 300 reproducciones del producto se le pueden brindar y gracias a esto el precio del producto varía según la necesidad del cliente. ¿son ingresos por pagos periódicos o pagos puntuales de clientes? Teniendo en cuenta la situación actual de la pandemia se manejarán facilidades de pago y financiamiento para el cliente.

validación de idea de negocio

12.1 Validación del Lean Canvas

A partir del lean Canvas realizare la validación de negocio partir de los clientes.

12.2 Hipótesis de validación

La hipótesis se plateará desde la oportunidad de negocio explicada en la semana 4 en donde el genero del cine de terror es bastante atrayente para muchos clientes que buscan artículos coleccionables y personalizados y en donde también se puede brindar a los mismos una solución o servicio en cuanto a diseño y producción gráfica que es bastante requerida en el mercado publicitario.

Aplicación de la encuesta

13.1 Objetivos

General: Aplicar un método de investigación que permita dar a conocer la empresa y sus productos ante nuevos clientes.

Específicos:

- Dar a conocer la empresa ante el grupo objetivo en donde a través de una encuesta logre medir el nivel de aceptación de la empresa y sus productos.
- Conocer algunas experiencias de los usuarios que respondan a la encuesta para así llegar a saber el nivel de aceptación de esta.
- Tabular y demostrar los resultados de cada pregunta para así validar el posicionamiento de la empresa dentro del mercado local.

13.2 Tipo de investigación

Desarrollare una investigación cuantitativa por medio de Google forms al público objetivo de la empresa en donde se pueda evidenciar a partir de sus experiencias y a través de cifras el nivel de aceptación de la empresa, productos y servicios dentro del mercado actual.

13.3 Encuesta

A continuación, adjunto el link del formulario en donde se pueden evidenciar las preguntas de la encuesta:

https://forms.gle/ncTeWCmRXjB9E8dk6

13.4 Tamaño de la muestra

Tamaño de la muestra Para determinar el tamaño de la muestra, es decir, el número de encuestas que se realizaron se tomó en cuenta la siguiente información:

- La encuesta realizada estuvo conformada por estudiantes de entre 18 a 30 años de edad, de la CUN , conformada por 39 personas aleatorias.
- un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5% en la fórmula de la muestra.

Aplicando la fórmula de la muestra:

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

- Nivel de confianza (Z) = 1.96
- Grado de error (e) = 0.05

- Universo (N) = 39

- Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5

- Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$n = ((196)^2 (0.5) (0.5) (39)) / ((39) (0.05)^2 + (196)^2 (0.5) (0.5))$

$n = ((3.84) (0.25) (39)) / ((39) (0.0025) + (3.84) (0.25))$

$n = 37,44 / 0,097 + 0.96$

$n = 37,44 / 1,057$

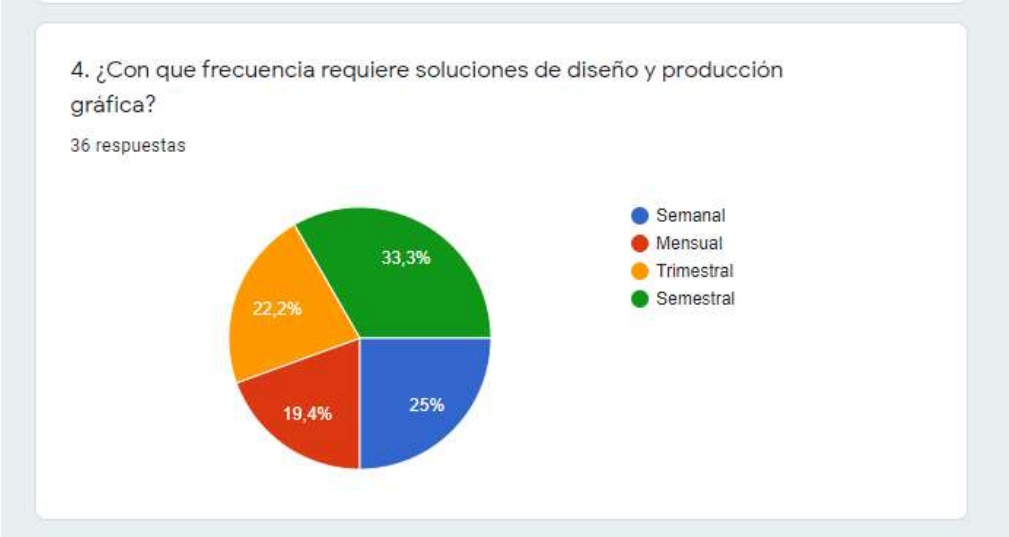
$n = 35,4$

Tabulación y análisis de la información

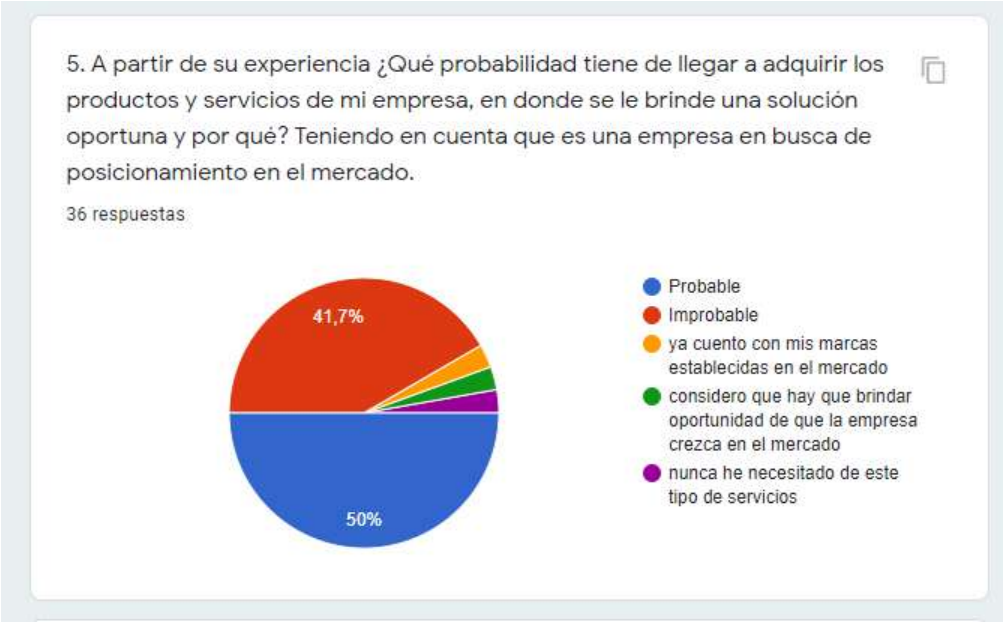
1.De los encuestados se puede apreciar que la mayoría brinda importancia al diseño como pilar en el desarrollo visual y publicitario de un negocio.

2. De los encuestados la mayoría no son emprendedores o por ende no tienen conocimiento de soluciones gráficas.

3. Los encuestados respondieron con opciones totalmente diferentes pero muy acordes al entorno y procesos productivos brindados por la empresa.



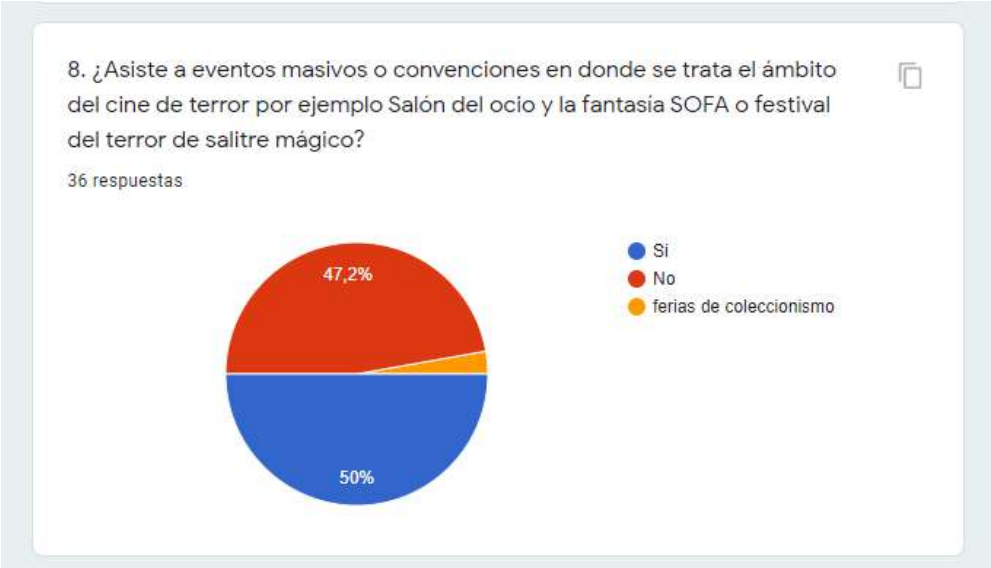
4. Según los encuestados semestralmente requieren piezas y producción gráfica para el crecimiento de sus negocios.



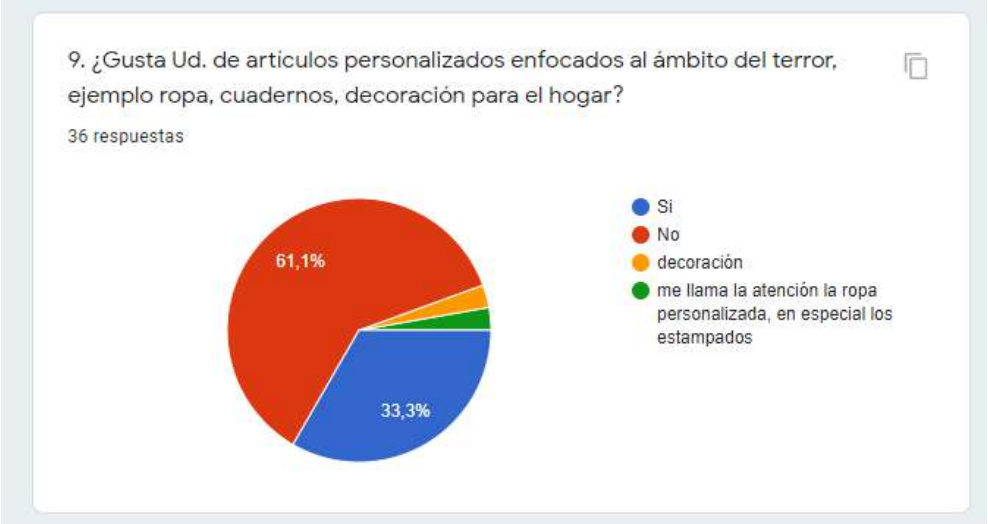
5. A pesar de las pocas opiniones, en resultado es muy equitativo pues en ocasiones una nueva marca en el mercado puede generar desconfianza o improbabilidad de ser aceptada.

6. Según los encuestados la asesoría y servicio son importantes ya que es fundamental a la hora de iniciar una estrategia gráfica, visual y publicitaria para nuevas ideas de negocio.

7. A partir de los resultados más del 50% de los encuestados no son seguidores ni fanáticos al género.



8. Equitativamente se puede apreciar que algunos encuestados no asisten a ninguno de los eventos dentro de la pregunta.



9. De acuerdo con los resultados se puede apreciar que a la mayoría de encuestados no les interesa algunos de los productos, quizá al ser personalizados interponer el precio como impedimento para ser adquiridos.

10. Más del 50% de los encuestados no presenta ningún interés por adquirir este tipo de productos quizá por precio y calidad.

11. Se evidencia cierta curiosidad de los encuestados por adquirir alguno de los productos de la empresa, lo cual es favorable para la misma y así demostrar la validez de los productos dentro del mercado.

12. Si se da la comercialización de los productos enfocados al género, parte de los encuestados mostro aceptación ante un detalle que acompañe al producto final.

La encuesta realizada previamente puede ser consultada a continuación:

https://forms.gle/ncTeWCmRXjB9E8dk6