



BurbuPhone

Burbophone

María Mónica Alfonso Montaña

Cindy Lorena Oñate Sánchez

Unidad de emprendimiento

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

2020

Compromiso Del Primer Autor

Yo, María Mónica Alfonso Montaña con cédula de identidad 1.057.411.925 de Bogota y alumno del programa académico Negocios internacionales declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: María Mónica Alfonso Montaña

Compromiso Del Segundo Autor

Yo, Cindy Lorena Oñate Sánchez con cédula de identidad 1.016.067.218 de Bogotá y alumno del programa académico Administración Hotelera y Turística, declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: Cindy Lorena Oñate Sanchez

Contenido

Introducción	6
Objetivos	7
Claves para el Éxito	7
1. Descripción de la idea de negocio	8
2. Modelo de negocio	9
2.2 Modelos de negocio por internet	10
3. Innovación Sostenible	11
4. Análisis del sector	12
4.1 Estrategia del Océano Azul	12
4.2 Matriz ERIC	13
4.3 Análisis de Porter	14
5. Marketing Mix	15
5.1 Estrategias de productos para clientes	15
5.2 Portafolio	15
6. Desarrollo de marca	17
7. Marketing Digital	18
8. Estrategias marketing	18
9. Métricas claves	19
10. Estudio Técnico	20
10.1 Requerimientos de operación	21
10.2 Planos	22
11. Ingeniería del proyecto	22
11.1 Capacidad de producción	24
12. Ficha técnica	25
13. Lanzamiento Producto Mínimo Viable	26
Referencias	27

Introducción

Nuestra idea comienza en la idea de crear un airbag en Colombia tenemos 14,7 millones de smartphones por lo que se considera como un recurso utilizado la mayor parte de tiempo y esto genera que se pueda caer el suelo o el agua y nosotros llegamos para evitar este tipo de inconvenientes de esta manera proteger nuestro producto a causa de caídas y de esta manera poder entregando ese valor agregado a nuestros equipos móviles. Es un producto innovador a un buen precio y sabemos que les va a llegar a las necesidades de muchas personas. Es un producto recargable, no tóxico lo que creamos para cualquier tipo de público y siendo asequible para las personas. Nuestro proyecto está enfocado a la creación de nuevos empleos. El producto será conocido con Burbophone fabricado en la ciudad de Bogotá Colombia, el cual será comercializado a nivel nacional. Un producto que va a cuidar su teléfono en el agua y suelo minimizando gastos de reparación.

La presente guía presenta el diseño de la estrategia, plan de marketing, estudio técnico para el desarrollo y creación de nuestro proyecto innovador.

Objetivos

BurbuPhone tiene como objetivo obtener la mejor protección para un celular, con un diseño cómodo, elegante o sencillo. Un producto tan inteligente que incluso distingue cuando está en caída libre. Una funda que ayuda a nuestros usuarios y ofrece un valor añadido.

Claves para el Éxito

- Producto único en el mercado que protege su teléfono en el agua y fuera.
- Minimizar gastos de reparación.
- Producto hecho a base de materiales reciclables.
- Generación de empleo.
- Está hecho para todo público.
- Manejo de diseños personalizados.

1. Descripción de la idea de negocio

<p>¿Cuál es el producto o servicio?</p>	<p>Es un estuche que para celular con sensores de movimientos y aire comprimido que se activa cuando el celular cae al vacío para evitar que sufra daños extremos.</p>
<p>¿Quién es el cliente potencial?</p>	<p>Personas que quieren evitar que sus teléfonos se fisuren.</p>
<p>¿Cuál es la necesidad?</p>	<p>Demasiadas personas invierten mucho dinero en arreglos y cambios por daños ocasionados por golpes, caídas y por inmersión en el agua.</p>
<p>¿Cómo?</p>	<p>Estableciendo alianzas con mayoristas de accesorios de celulares por medio de redes sociales, correos electrónicos que permitan difundir el proyecto.</p>
<p>¿Por qué lo preferirán?</p>	<p>Porque protege el teléfono de golpes de esta manera no va perder la sensibilidad de equipo.</p>

Tabla 1. Propia, *idea de negocio.*

2. Modelo de Negocio

<p>Segmento:</p> <p>Nuestro producto va dirigido para todas aquellas personas que tenga un celular de baja, mediana o alta gama, que desee minimizar el riesgo de pérdida parcial o total en su celular</p>	<p>Solución de problemas:</p> <p>Nuestro producto resuelve el hecho de tener que incurrir en gastos de mantenimiento o compra de un nuevo celular cuando este se nos cae o tiene algún golpe fuerte</p>	<p>Arquitectura del servicio:</p> <p>El producto cuenta con un servicio de protección sin perder la sensibilidad del equipo celular, para la fabricación del producto necesitamos polímeros suficientemente delgados para que los sensores detectan la caída del equipo</p>
<p>Costos:</p> <p>El producto tiene un costo elevado dado que los materiales de uso son un poco costosos, entre \$70.000 y \$100.000, nuestra propuesta de valor es armar descuentos con la venta de celulares.</p>	<p>Mecanismos de entrega:</p> <p>Nuestro Producto Se entregara de forma personal o usando metodos de envio que satisfagan la necesidad del cliente, sin necesidad de salir de su casa</p>	<p>Ganancias esperadas:</p> <p>Esperamos obtener ganancias inicialmente del 30% al 40 % luego ir incrementando.</p>
<p>Recursos:</p> <p>Nuestro producto está hecho con materiales biodegradables, que si en dado caso se llegara a desechar, el mismo sería amable con la naturaleza sin generar contaminación de forma alguna.</p>	<p>Fidelidad:</p> <p>Inicialmente podría dar incentivos como 2x1 o promociones para llegar a una fidelidad con usuario, o descuento por compra al mayor con empresas o compañías de telefonos.</p>	<p>Cadena:</p> <p>La alianza más estratégica será asociarnos con empresas de ventas de teléfonos que ofrecen también nuestro producto en el momento de la venta de un celular.</p>

Tabla 2. Propia, *Modelo de negocio.*

2.2 Modelo de negocio: Peer to peer (P2P)

2.2.1 ¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Hay nuevas herramientas que utilizan P2P para crear mejor atracción para los clientes como las redes sociales. El mayor potenciador de P2P es la aplicación Instagram, ya que se puede mostrar de un modo más factible y ágil en la interacción cliente y producto, ya que nuestro producto es para proteger su celular, es mayormente captado por los clientes.

2.2.2 ¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Agilidad al encontrar el producto y facilidad al momento de adquirirlo, ya que se puede comprar con cualquier método de pago, los clientes se relacionan más con la venta de accesorios para celular por una red social tan común que se les va ser más cognitivo la compra en línea de algún producto.

2.2.3 ¿Cómo cerrar la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Utilizaremos Wenjoy una plataforma que habilita métodos de pago para redes sociales para tarjetas de crédito y pagos por PSE, también se podrá pagar con efectivo por medio de vinculación vía Baloto y Efecty.

3. Innovación Sostenible


	AGUA	ENERGÍA	MATERIAS PRIMAS	RESIDUOS
Producto	En la fabricación de este producto no se va a utilizar agua	El airbag está diseñado para ser recargable y otro que no lo son. La batería puede durar meses porque el consumo de energía es mínimo.	Polímeros hechos a base de material reciclable. Aire comprimido para el empaçado, cartón corrugado sin el uso de plásticos, y el empaque también sin uso de plásticos.	Productos duros como las botellas u otros empaques hechos a base de plástico biodegradable
Marketing campana al medio ambiente	Nuestro producto burbophone está fabricado a partir de materiales reciclables	Transporte terrestre y gas.	En estos tiempos la publicidad está enfocada en redes sociales.	Utilizar productos en lo posible que cuide el medio ambiente y la salud de las personas.

Tabla 3. Propia, *Innovación sostenible.*

Nuestro producto **Burbophone** está fabricado a partir de materiales reciclables como son el plástico todo esto enfocado en minimizar la huella de carbono tanto de nuestro producto como el de otras empresas.

4. Análisis del sector

4.1 Estrategia del Océano Azul.

Idea de negocio	Variable 1: Diseño	Variable 2: Segmentación	Variable 3: Valor agregado
BurboPhone	4	4	5
Handy Airbag	4	1	3

Tabla 4. Propia, *Comparación.*

4.2 Estrategia Matriz Eric

-Comparamos diseño, y queremos eliminar el diseño ostentoso, queremos que nuestro producto tenga un diseño cómodo, visible pero estéticamente bien vista y con diferentes diseños y colores.

-En cuanto a segmentación vimos que la competencia tiene solo este producto para celulares Iphone, lo que vemos la posibilidad de segmentar nuestro producto a todos aquellos que tengan un smartphone de cualquier marca.

Geográfica: El producto será comercializado, en Colombia inicialmente en Bogotá, pero el objetivo es llegar a las principales ciudades del país, tales como Medellín, Barranquilla, Cali; dentro de cada ciudad, geográficamente lo ideal será ubicarse en el centro de cada una de ellas. El producto se centralizará inicialmente Bogotá, ya que queremos que sean los primeros en conocer nuestro producto y así a medida que vaya creciendo poder incrementar ventas y así poder incursionar en el resto del país, adicionalmente escogimos iniciar en

Bogotá, porque es una ciudad muy habilitada y así se logrará dar reconocimiento y consigo crecimiento al producto.

Socioeconómica: Este producto va dirigido hacia personas de estrato medio y mayormente alto, ya que las personas de estrato bajo, buscan productos menos costosos, o en lo general no lo ven necesario, y las personas de estrato bajo, no podrían acceder a un producto de alto costo, porque lo verán más como un lujo, ya que su valor sobrepasaba su presupuesto, entonces lo ideal es para las personas estrato medio y alto, que transiten por el centro de la capital (ya que hay estará ubicado el puesto) tales como trabajadores de oficina, vendedores, estudiantes universitarios, turistas, empresarios, etc.

-Identificamos que el producto es vendido a alto costo y solo, nuestro valor agregado en comparación es promocionarlo con descuentos, y creando alianzas con marcas de teléfonos para vender junto con el celular.

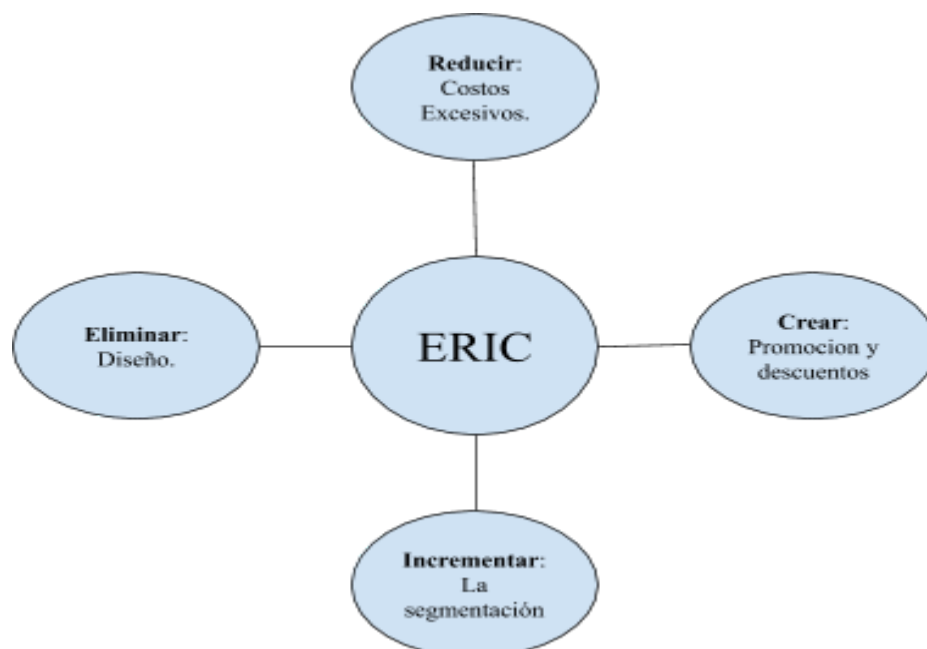


Figura 1. Propia, *Matriz ERIC.*

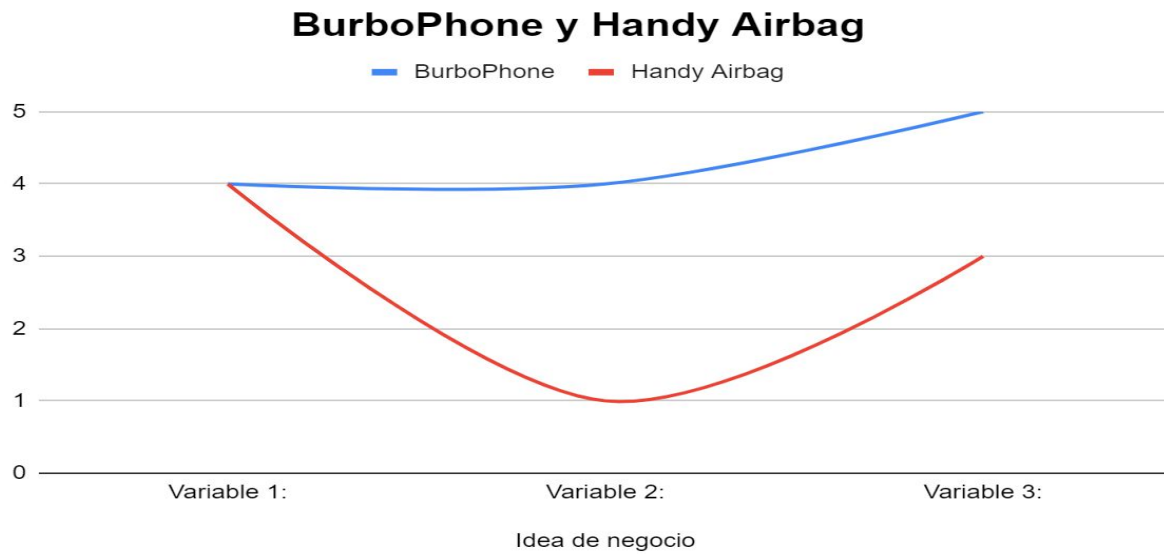


Figura 2. Propia, Gráfica.

4.3 Análisis Porter

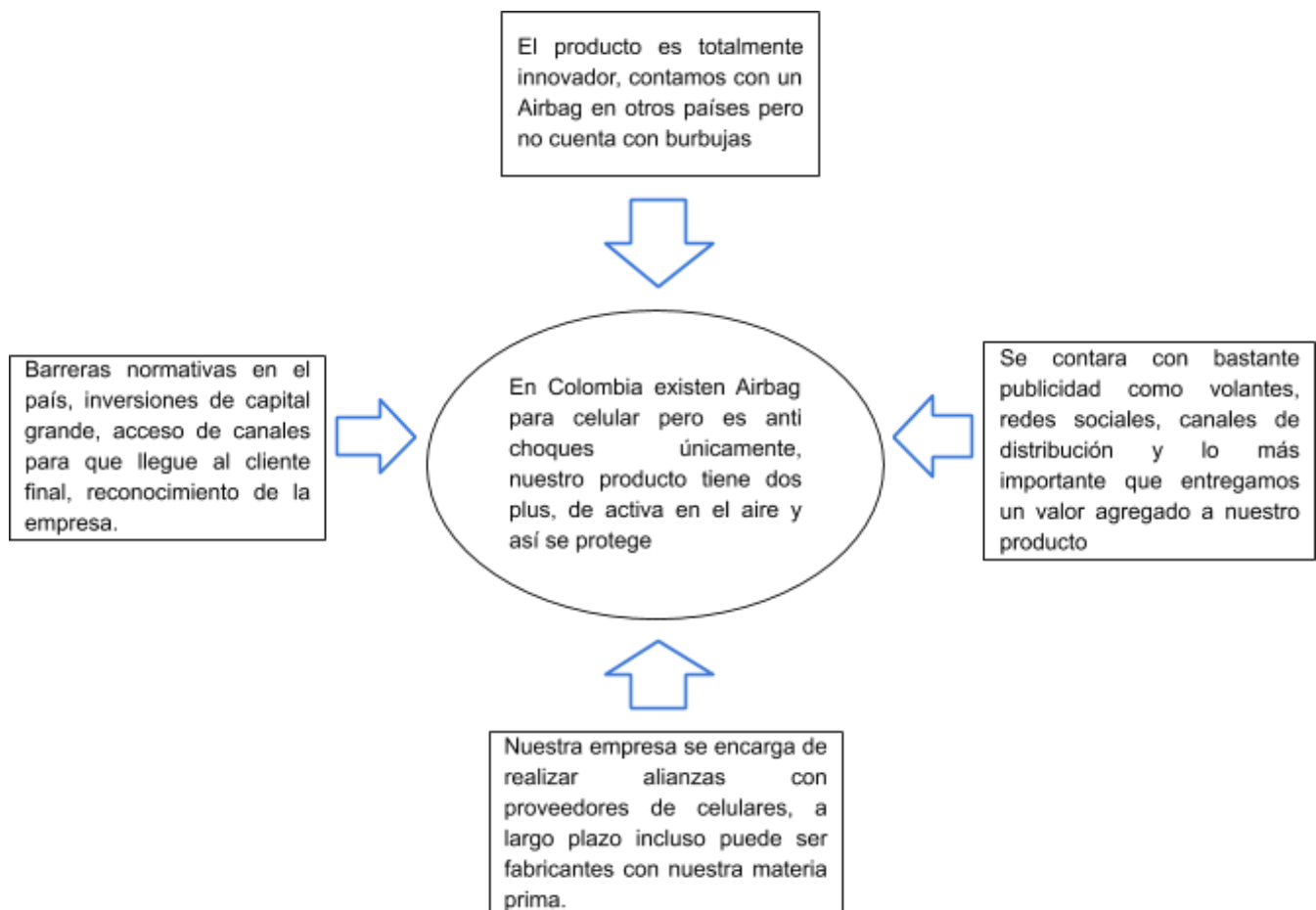


Figura 3. Propia, *5 Fuerzas de Porter.*

5. Marketing Mix

5.1 Estrategias de producto para clientes

Núcleo: Las propiedades físicas de borbuphone son en varios colores en especial blanco y negro contiene policarbonato, plásticos técnicos procesados de material reciclados. Este se somete a procesos para tener un material resistente, el producto incluye burbujas de gas comprimido y sensores de movimiento. El producto es fabricado a través de residuos reciclables y también incluye alternativas de plástico.

- **Calidad:** El borbuphone está elaborado en plástico técnico que lo hace resistente a la caída, en las esquinas del airbag lleva poliuretano el cual recibe el golpe sin causarle daño al equipo y por otro lado las burbujas de aire comprimido.
- **Envase:** bolsa de seguridad biodegradable.
- **Diseño:** Estampados llamativos para hombre y mujer.
- **Servicio:** Lo mejor de nuestro producto se encuentra en la reducción de gastos adicionales, colaboración con el medio ambiente en la reducción de fabricación de estuches para el celular.

5.2 Portafolio:

- **Estrategias:**
 1. **Estrategias de precio:** En este caso vemos que el costo para realizar la unidad de nuestro producto es de \$100.000 teniendo en cuenta los materiales que conseguiremos de buena calidad por lo cual son un poco costosos, la mano de obra es poco menos costosa dado que no se necesita como tal gran proceso para el mismo, y el costo de CIF

creemos que tampoco es tan alto.

Costo de Producción	
Costo unitario de materiales	\$40.000
Costo unitario de mano de obra	\$20.000
Costo unitario de CIF	\$30.000
COSTO UNITARIO	\$90.000

Tabla 4. Propia, *Fijación de precios basada en los costos*

2. Estrategias de distribución: Somos fabricantes directos entregamos el producto directamente a los negocios grandes para ser distribuidos en todo el país, Para llegar a todo Colombia se contará con alianza con empresas de mensajería, al igual manejamos nuestros propios recursos para transporte dentro de la ciudad y sus alrededores.
3. Estrategias de comunicación: El medio de distribución será por medio de las redes sociales a través de Marketplace en Facebook, integran por medio de historias, perfiles públicos, adicional se contará con un asesor comercial para la entrega de volantes en los comercios de estuches para celular, los cuales están ubicados en las principales ciudades, cartas de presentación, contamos con la página de mercado para compras al por mayor, olx. Esto con el fin de que gane posición en el mercado.

6. Desarrollo de marca

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA		
PASOS	OBJETIVOS	RESULTADOS
DIAGNOSTICO DEL MERCADO	IDENTIFICACION DEL SECTOR	El sector donde se va a empezar a dar a conocer el producto sera en las principales ciudades de Colombia, Siendo que el pais tiene 51.3 % de smartphones y estas son las que tienen el mayor numero de usuarios con estos aparatos.
	IDENTIFICAR MARCAS EN COMPETENCIA	Lazy handset, Air Jelly, marcas de las diferentes marcas de airbag para telefonos.
	SOLUCIONES PRINCIPALES Y ALTERNATIVAS	El telefono siempre va a tener un protector para protegerlo de los golpes.
	TENDENCIAS DEL MERCADO	Colores, gomas, plastico.
	ARQUETIPO DE LA MARCA	Colores, diseño y diseños.
REALIDAD PSICOLOGICA DE LA MARCA	PERCEPCION DE LA MARCA DE LA COMPETENCIA	Recordación y de esta manera generar posicionamiento.
	IDENTIFICAR VARIABLES DEL NEUROMARKETING	Crear una marca su telefono de airbag con diseños espectaculares
POSICIONAMIENTO	IDENTIFICAR EL TOP OF MIND	Lo primero que el consumidor va a querer saber es que en caso de caer, sabe que su telefono no va a sufrir tanto ya que el estuche con que esta contando le minimiza gastos en arreglos, por lo que puede estar tranquilo.
	IDENTIFICAR EL TOP OF HEART	Las facilidades que le brinda este producto.
REALIDAD MATERIAL DE LA MARCA	TRADUCIR NUESTRA PROPUESTA DE VALOR EN MARCA	La tranquilidad que le brinda nuestro producto a nuestros clientes y la seguridad de contar con un buen airbag que le va a prevenir de gastos adicionales.
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	DESARROLLAR ACCIONES CONTINUAS PARA LA INTRODUCCIÓN DE LA MARCA EN EL MERCADO, QUE ESTEN LIGADAS A LA MEDIACION TECNOLOGICA Y DE REDES SOCIALES	Contar con nuestra redes sociales activas en todo momento, buscar alternativas o alianzas las cuales nos van ayudar a diversificar nuestro producto. Y de esta manera lograr reconocimiento en Colombia y poder generar ingresos para lograr la exportación y entrar a los mercados extranjeros.

Tabla 4. Propia, *Desarrollo de Marca.*

Logo:



7. Marketing digital

Contamos con nuestra página de Facebook para dar a conocer nuestro producto y poder llegar a más clientes ya sea en Bogotá o a nivel nacional, ofreciendo nuestros airbags para todas aquellos negocios en los cuales ofrecen productos para celular, nuestros proveedores principales se encuentran en el San Andrésito Bogotá, pero queremos tener más clientes y para esto contamos con nuestro correo electrónico para enviar nuestras cartas de presentación, Instagram para que vean más de cerca de nuestro producto.

Correo <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox>

Facebook <https://www.facebook.com/burbuphone.airbag>

Página de Facebook

https://www.facebook.com/Burbuphone-104284011478163/?modal=admin_todo_tour

Instagram <https://www.instagram.com/burbuphoneairbag/>

Wix <https://burbuphone.wixsite.com/website>

8. Estrategia de Marketing digital

Campañas creativas: Happy Halloween: Diseños de Halloween para divertir a

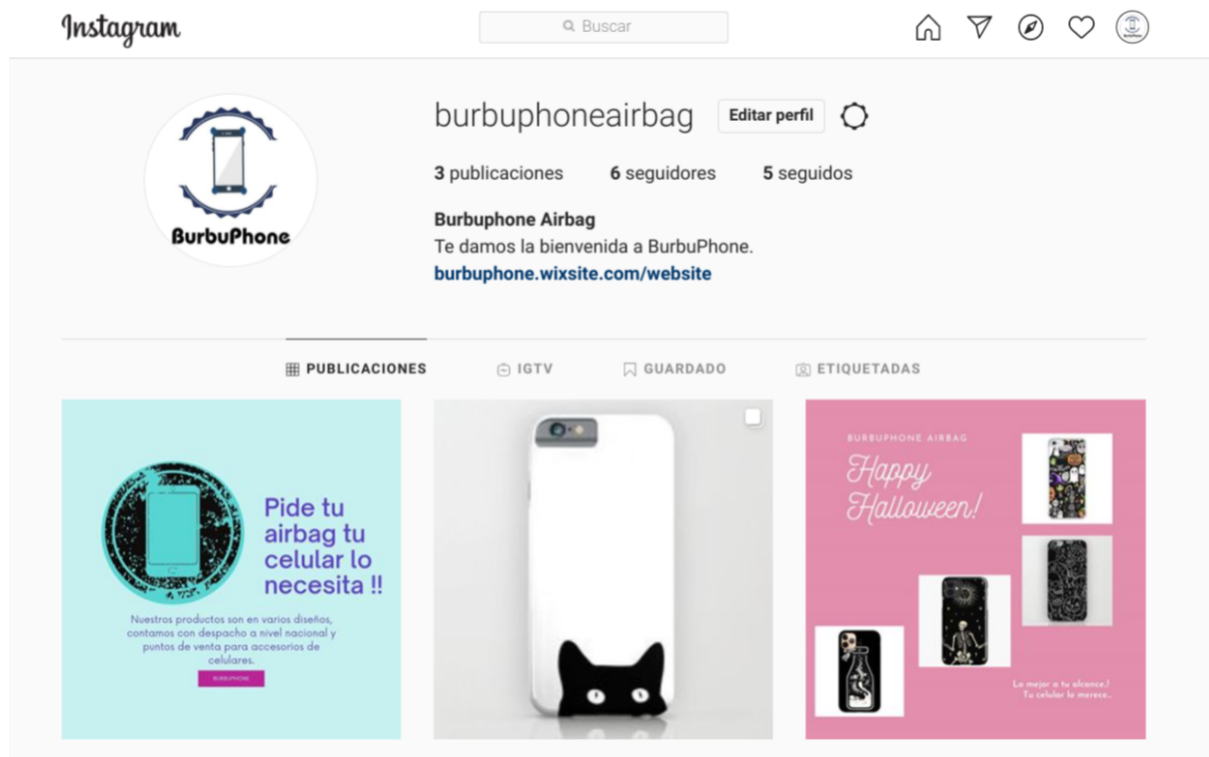
nuestros clientes y marcar la diferencia, nuestro descuento especial lleva el segundo por el 20% sobre el precio 100.000 Unidad. Y para nuestros clientes al por mayor desde 30 airbag en adelante el 20% en su compra.

Historia: Nuestra empresa de Burbuphone sale de dos estudiantes de la corporación unificada nacional del área de emprendimiento para entregar una idea creativa y de desarrollo tecnológico que va a ayudar a muchas personas para proteger su teléfono de las caídas ya sea en el agua o suelo y así evitar gastos adicionales en arreglos.

9. Metrics Claves

The collage features several key elements:

- White Phone Case:** A white iPhone case with a black cat face cutout at the bottom.
- Promotional Graphic:** A light blue graphic with a circular image of a phone case and the text "Pide tu airbag tu celular lo necesita !!". Below it, it says "Nuestros productos son en varios diseños, contamos con despacho a nivel nacional y puntos de venta para accesorios de celulares." and includes a "BURBUPHONE" button.
- Halloween Advertisement:** A pink background with "BURBUPHONE AIRBAG" and "Happy Halloween!" in cursive. It shows four different Halloween-themed phone cases: one with a bottle of poison, one with a skeleton, one with a moon and stars, and one with various spooky icons.
- Instagram Posts:**
 - Post 1:** A post from 'burbuphoneairbag' in Bogotá, Colombia, describing the company's product selection and quality. It mentions a wide range of products at low prices and a commitment to quality. It has 2 days old and is liked by 'mariamoni18' and one other person.
 - Post 2:** A post from 'burbuphoneairbag' with the text "Lo mejor para tu celular 🍷". It has 2 days old and is liked by 2 people.
 - Post 3:** A post from 'burbuphoneairbag' with the text "Nuestros mejores productos han llegado para minimizar los gastos en arreglos para tu Celular. 🍷". It has 2 days old and is liked by 'mariamoni18' and one other person.



CAC:

MCC= costo de un comercial (\$20.000).

W= costo de un responsable de marketing (\$25.000).

PS= inversión en Adwords (\$10.000) e inversión en Facebook Ads (\$10.000).

S= software de Inbound Marketing (\$5.000) y software de CRM (\$3.000).

Otros servicios (\$5.000).

CA= 6 clientes adquiridos.

Quiere decir que :

$$\text{CAC} = (\$20.000 + \$25.000 + \$10.000 + \$10.000 + \$8.000) / 10$$

$$\text{CAC} = \$73.000 / 10$$

$$\text{CAC} = \$7.300$$

Esto quiere decir que nuestro costo por adquirir cada uno de nuestros clientes es de \$7.300, pero la idea es mejorar este número.

LTV:

Generación de un promedio \$20.000.000 al año con un promedio de vida de cliente de 10 años y como anteriormente vimos un CAC de \$7.300

$$\$20.000.000 \times 10 - \$7.300 = \$199.992.700 \text{ LVT}$$

Para lo que cuesta captar un cliente, y en un plazo de 10 años vemos que el valor de vida de un cliente para nuestra empresa es muy bueno, siendo así que nuestro producto tendría mejoras a lo largo del tiempo para que cada vez sean más clientes los que ingresen a ser fieles por este tiempo.

10. Estudio Técnico:

Nuestra empresa estaría ubicada en Bogotá, Barrio Chicó Norte, calle 93 # 19b-67 , Edificio Bridge 93, edificio en una parte esquinera exactamente en un quinto piso. Nuestras Oficinas están ubicadas junto a la nueva clínica de CAFAM y con la cercanía de las Estaciones de Transmilenio de la Calle 100 y El Virrey. Autopista, carrera 15, calle 92. Estrato: 6. Este sector cuenta con varias residencias y edificios de lujo y es sede de algunas embajadas y delegaciones de organismos internacionales. Dentro de sus sitios de interés se encuentra el Parque de la 93, el Parque Urbano El Virrey y el Museo del Chicó. Este barrio ubica un sector con un leve pendiente vertical, con la excepción de su sector oriental, ya que pertenece a los cerros Orientales, actualmente todas las vías están en un buen estado de uso, tanto para autos particulares como para buses y se destacan la carrera Séptima, la carrera 11, la carrera 15, la calle 92, la calle 94, la calle 88 y la avenida NQS. En cuanto a la Autopista Norte, poseen las estaciones Virrey y calle 100 de TransMilenio.

Escogimos este sector, como anteriormente indicamos nuestro producto principalmente estará dirigido para personas de estrato alto o medio, además de que estamos en una zona no muy comercial, sin embargo lo que queremos es que hagamos envíos a

domicilio principalmente, y luego de ello podemos abrir ya como tal una oficina de ventas totalmente exclusiva, donde atenderemos a nuestros compradores o proveedores de forma cómoda, tranquila y con mucha seguridad.

Utilizaremos principalmente oficinas, muebles de oficina, una pequeña sala de espera con sofá, sillas y un televisor, y una mesa donde se realizará la muestra del producto.

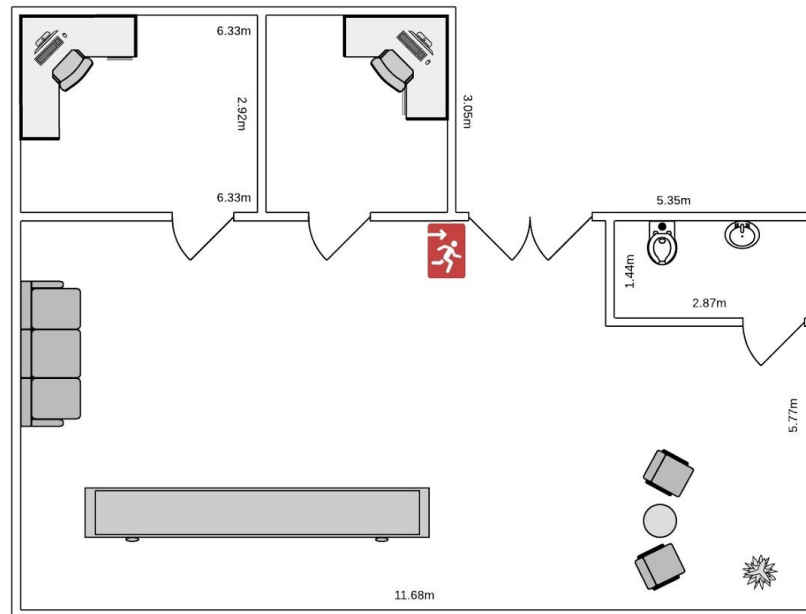
10.1 Tabla de requerimientos de operación

TIPO DE ACTIVO	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos Técnicos
Infraestructura - Adecuaciones	Es una oficina de un solo piso en un quinto piso de un edificio, con dos oficinas, un baño, una sala de espera, y una sala general donde se exhibe el producto y se muestra	1	\$4.000.000	cuenta con baño, ascensor, extintor
Maquinaria y Equipo	No	-	-	-
Equipo de computación y comunicación	Computadores, televisor, celulares	1	\$2.000.000	-
Muebles y enseres y otros	Mesas para oficina, mesas para exhibición del producto, sofá, sillas mesitas de centro	De cada uno no más de dos	\$1.000.000	-
Otros (Incluidos herramientas)				
Gastos preoperativos	Nómina, servicios públicos, arriendo	1	\$2.000.000 Mensual	-

Tabla 5. Propia, *Requerimientos de operación.*

10.2 Planos

Planos de planta de oficina



11. Ingeniería del proyecto

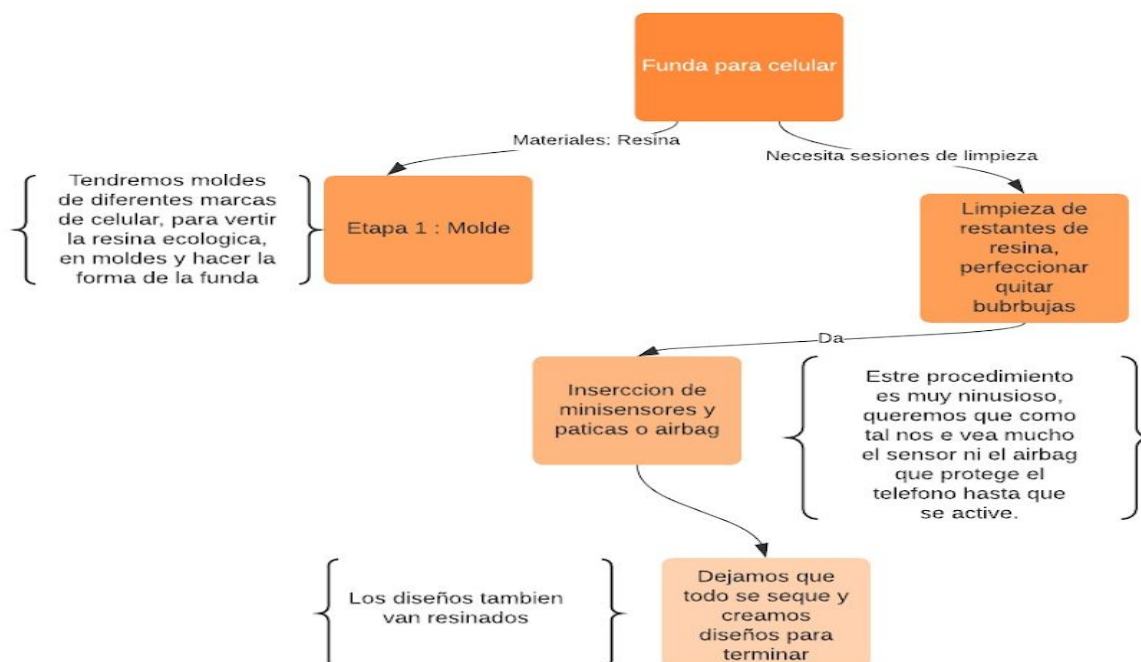
Nuestra elección de producción que mejor se ajusta al proyecto es un moldeo por inyección, esto en cuanto a un procedimiento de secado para evitar defectos y mejorar el rendimiento del producto. Entre los materiales necesarios para obtener el producto final se encuentran el TPU (Termoplástico Poliuretano) este producto es el que normalmente se utiliza para la fabricación de fundas, sin embargo como nuestro producto es biodegradable le haremos un cambio y usaremos una materia prima no renovable, son los derivados naturales, tales como la colofonia (componente principal de la resina de los pinos) y de aceites vegetales, ya que son abundantes y de origen natural, los cuales además podrían proporcionar biodegradabilidad a los adhesivos de poliuretano, obteniéndose poliuretanos ecológicos y por

último un equipamiento que deberá contar con: una máquina inyector, un deshumidificador de aire atmosférico, una trituradora, una máquina termoformadora de blister y un equipo electrógeno. Al mismo tiempo, son necesarios para la realización de los modelos de fundas y soportes siete matrices: cuatro fijas para las fundas, donde iría los mini sensores junto con el mini airbag que ayudará a que el celular no se golpee.

Materiales	Precios
Poliuretano Ecológico Base de Resina de árboles, aceites vegetales	\$300.000

Tabla 6. Propia, *Costo de material*

Proceso de fabricacion Burburphone



11.1 Capacidad de producción

Producto	Funda de caída y protector Burbuphone			
Unidades a producir	1			
Actividad del proceso	Tiempo estimado	Cargos que participan en la actividad	Número de persona que intervienen en el cargo	Equipos Máquina utilizada
Realización del molde	1 día	Producción	1	
Limpieza y perfección de detalle molde	30 min	Producción	1	Anti burbujas
Inserción de Mini Sensores	30 min	Técnico	1	Manual
Diseño	30 min	Producción	1	Manual

12. Ficha técnica

	BURBUPHONE	
	CODIGO	VERSIÓN
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO		
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)		
ESTUCHE ANTICAIDA PARA CELULARES		
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE		
Contiene policarbonato, plasticos tecnicos procesados en las esquinas lleva poliuretano, borbuja de aire comprimido.		
C. PRESENTACIONES COMERCIALES		
bolsa de seguridad biodegradable con el logo y sus respectiva ficha tecnica		
D. TIPO DE ENVASE		
Bolsa de seguridad biodegradable.		
E. MATERIAL DE ENVASE		
Plastico alternativo hecho con material reciclable.		
F. CONDICIONES DE CONSERVACION		
Almacenados, con optimas condiciones de humedad y temperatura, estos se encuentran empacados en cajas de carton corroado para evitar algun daño.		
H. VIDA UTIL ESTIMADA		
5 años		
J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO		
K. GRUPO POBLACIONAL		
<p>Nuestro grupo poblacional son todas aquellas personas mayores de edad de las diferentes ciudades de Colombia, ya que estas son las que tienen acceso a nuestro producto de manera directa, se realizaron investigaciones cualitativas y las mujeres son las que prefieren comprar este producto por el cuidado que se le puede a sus telefonos.</p>		

Firma del responsable
del producto:

REPRESENTANTE LEGAL

Nombre del Responsable
del producto

MARIA MONICA ALFONSO MONTAÑA

Firma:

MARIA MONICA ALFONSO MONTAÑA

13. Lanzamiento Producto Mínimo Viable

<https://www.storyboardthat.com/portal/storyboards/burbuphone/corp-private/burbuphone>

Referencias:

Tomado de AD case, 2018

[ADcase: Home](#)

Tomada de mercado libre, 12 de septiembre

<https://celulares.mercadolibre.com.co/accesorios/protector-airbag>

Tomada eltribuno, 12 de septiembre

<https://www.eltribuno.com/salta/nota/2018-6-29-10-15-0-un-aleman-invento-un-airbags-para-celulares>

Tomado de muchos negocios

<https://muchosnegociosrentables.com/como-montar-una-fabrica-de-carcasas-para-celulares/>