

**MOTXIL XH2O
OPCIÓN DE GRADO I**

**INTEGRANTE
WENDY DANIELA CONTRERAS RINCON**

**PROFESOR
CRISTHIAN CAMILO CHAVEZ**

**CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CUN)
BOGOTÁ D.C – NOVIEMBRE DE 2018**

TABLA DE CONTENIDO

MOTXIL.....	4
INTRODUCCION.....	5
JUSTIFICACION.....	6
CAPITULO 1: PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES.....	7
1. PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES	8
1.1 ANALISIS PENTAGONO.....	9
1.2 NECESIDADES.....	9
1.3 BENEFICIOS	9
1.4 SOLUCIONES ACTUALES	10
1.5 INCONFORMIDADES	10
1.6 MERCADO	10
CAPITULO 2: VALIDACION DEL PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES.....	11
2.1 FORMATO DE LA ENCUESTA.....	13
2.2 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE RESULTADOS	17
2.3 INFORME EJECUTIVO.....	23
2.4 PENTÁGONO DE PERFILACION DE CLIENTE FINAL.....	24
CAPITULO 3: PROTOTIPO.....	25
3.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO	26
3.2 NOMBRE, LOGO, SLOGAN.....	26
3.3 FICHA TECNICA.....	27
3.4 PLANOS.....	28
CAPITULO 4: PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA.....	29
4.1 IDENTIDAD ESTRATEGICA.....	30
4.2 FUTURO PREFERIDO.....	30
4.3 OBJETIVO GENERAL.....	30
4.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	30

4.5 VALORES.....	30
4.6 ANALISIS DEL MACROENTORNO.....	31
4.7 ANALISIS PESTEL.....	31
4.7.1 POLITICO.....	31
4.7.2 ECONOMICO.....	31
4.7.3 SOCIAL.....	32
4.7.4 TECNOLOGIA.....	32
4.7.5 ECOLOGICO.....	32
4.7.6 LEGAL.....	32
4.8 ANALISIS PORTER.....	33
4.8.1 AMENAZAS DE NUEVOS COMPETIDORES.....	33
4.8.2 PODER DE NEGOCIACION CON LOS CLIENTES.....	33
4.8.3 PODER DE NEGOCIACION CON LOS PROVEDORES.....	33
4.8.4 RIVALIDAD ENTRE PRODUCTOS EXISTENTES.....	33
4.8.5 AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	33
4.9 ANALISIS DOFA.....	34
4.9.1 FORTALEZAS.....	34
4.9.2 OPORTUNIDADES.....	34
4.9.3 DEBILIDADES.....	34
4.9.4 AMENAZAS.....	34
CONCLUSION.....	35
BIBLIOGRAFIA.....	36

MOTXIL XH2O

Esta idea de negocio está enfocada inicialmente en la protección de las personas en cambios de clima repentinos ya que la función de mi producto es la implementación de una capa en el exterior de una mochila parte inferior con sus respectivos zapatos que sirve para días lluviosos. Satisfaciendo la necesidad de nuestros clientes ya que no tendrá que preocuparse por los cambios de clima u olvido de algún tipo de objeto que lo cubra en estos casos.

INTRODUCCION

En el siguiente documento se presentará mi idea de negocio que será implementada bajo el estudio realizado, el cual tiene como objetivo inicial identificar nuestros posibles clientes buscando la identificación de las necesidades de nuestros clientes y las inconformidades con las soluciones actuales. esto implementado en el pentágono de perfilacion de clientes donde veremos específicamente lo hablado anteriormente igualmente la validación del pentágono por medio de entrevistas y sus resultados.

Conocerán cada detalle del producto y sus beneficios, la planeación estratégica y todo el proceso para implementar mi idea de negocio.

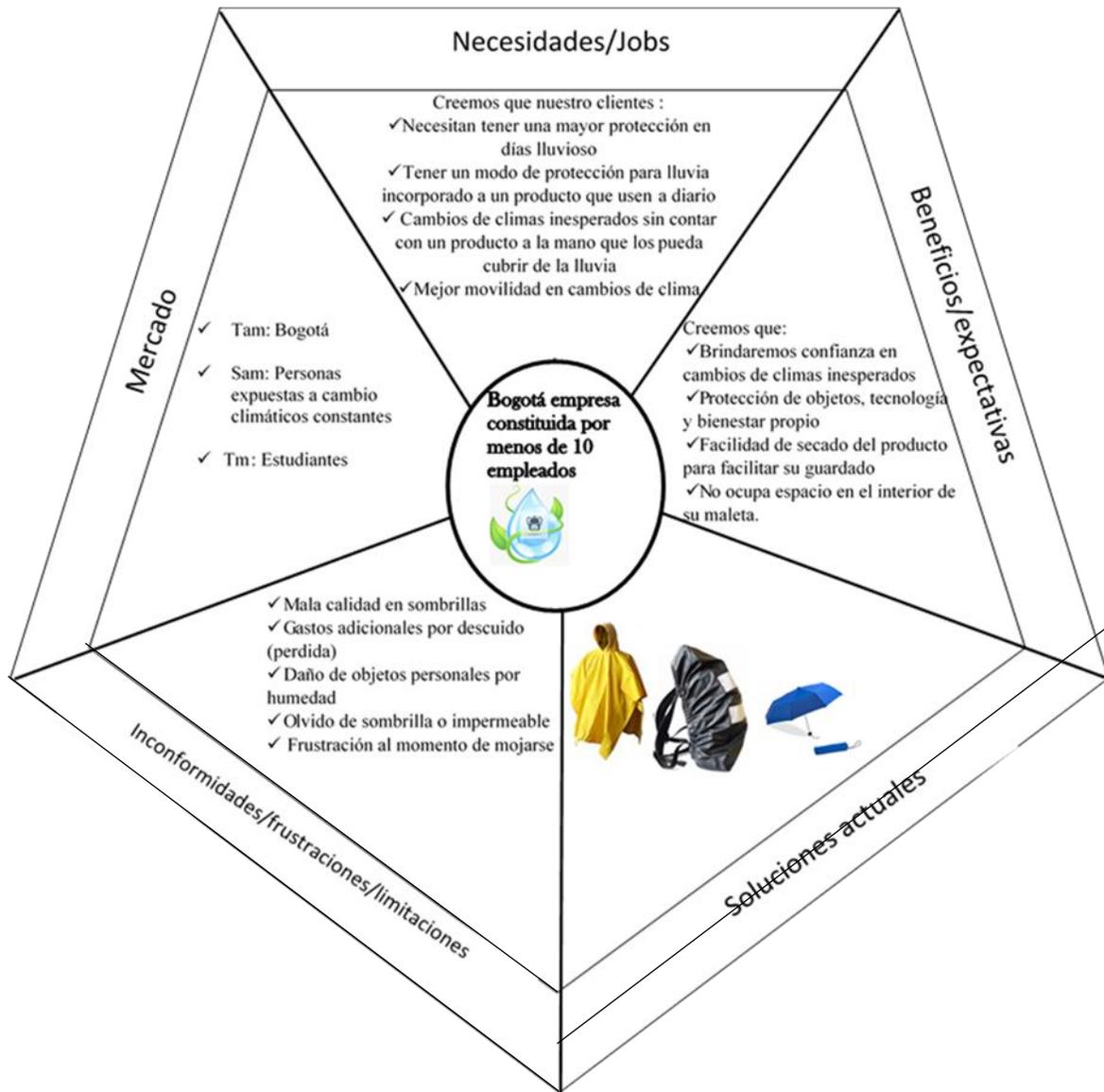
JUSTIFICACION

Esta idea sale de la problemática que vive las personas a diario por los cambios climáticos y que en muchas ocasiones olvidan sus objetos que los cubre de la lluvia o al momento de utilizarlos se rompen es por eso que mi idea de negocio está basada en una ayuda para esta problemática

CAPITULO 1

PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES

1.1



1.2 NECESIDADES

- ✓ Creemos que nuestros clientes necesitan mayor protección en días lluviosos: ya que esto podría arruinar su día y hasta posiblemente versen enfermos.
- ✓ Tener un modo de protección para lluvia incorporado a un producto que usen a diario: la lluvia es algo que ocurre inesperadamente y es necesario tener un producto que los proteja de la lluvia y que no se olvide. Es por eso que vendría muy bien un producto incorporado a algún otro producto de uso diario.
- ✓ Cambios de clima inesperados sin contar con un producto a la mano que los pueda cubrir de la lluvia: en muchas ocasiones sucede que llueve y olvidan su producto para cubrirse de la lluvia o al momento de abrir su sombrilla se daña con un fuerte ventarrón y no hay otra opción que esperar a que escampe o mojarse.
- ✓ Mejor movilidad en cambios de clima: el clima influye mucho en el día a día es por eso que en muchas ocasiones por la lluvia la movilidad se complica mucho al momento de ir a coger transporte o llegar a algún sitio

1.3 BENEFICIOS

- ✓ Brindaremos confianza en cambio de climas inesperados: ya no se tendrá que preocupar en los cambios de clima repentinos porque en su mochila siempre tendrá con que cubrirse.
- ✓ Protección de objetos tecnología y bienestar propio: por medio de este nuevo producto no tendrá que preocuparse por sus objetos personales y/o tecnológicos ya que tiene un cubrimiento seguro contra la humedad que le servirá a usted y sus objetos
- ✓ Facilidad de secado en el producto para facilitar su guardado: este producto tendrá un tipo de impermeable de fácil secado para que al momento de guardar la capa y los zapatos capa en la parte inferior de la mochila sus objetos personales no se mojen.
- ✓ No ocupa espacio en el interior de su mochila: ya que la capa viene implementada en el exterior parte inferior de la maleta no ocupara ningún tipo de espacio en la misma.

1.4 SOLUCIONES ACTUALES

- ✓ Sombrilla: es el objeto más utilizado en días lluviosos y tiene mayor facilidad de conseguir
- ✓ capa impermeable: producto fácil de adquirir
- ✓ Forro impermeable para mochilas: este producto es muy utilizado para el cuidado de humedad para maletas

1.5 INCONFORMIDADES

- ✓ Mala calidad de sombrillas: notamos daños irremediables en sombrillas por fuertes vientos y por su material en tela que es muy débil y fácil de romper
- ✓ Gastos adicionales por descuido (perdida): en muchas ocasiones se deja la sombrilla o impermeable secando en lugares públicos y nos olvidamos de ellas y al momento de volver no están es por eso que se suman gastos adicionales en la compra de un nuevo producto.
- ✓ Daño de objetos personales por humedad: al momento de guardar las sombrillas en el estuche en el que viene que es en tela se mojará y al momento de guardarla en su maleta moja sus objetos personales.
- ✓ Frustración al momento de mojarse: en algunas ocasiones la lluvia impide llegar a tiempo a algún compromiso o se llega con mal aspecto personal.

1.6 MERCADO:

- ✓ TAM: Bogotá : ciudad donde el cambio de clima es constante
- ✓ SAM: personas expuestas a cambios climáticos: domiciliarios, estudiantes, ejecutivos
- ✓ TM: estudiantes: sede centro (CUN)

CAPITULO 2

**VALIDACION DEL
PENTAGONO DE
PERFILACION DE
CLIENTES**

En el siguiente capítulo encontraremos los resultados estadísticos que se realizaron por medio de una encuesta de tipo cuantitativa con un tipo de respuesta selección múltiple y tipo abierta donde determinaremos las necesidades y las inconformidades que tiene las personas actualmente en caso de lluvia inesperados.

se aplicaron 30 encuestas cada una de 12 preguntas las cuales realizaron en el centro de la ciudad de Bogotá.

2.1 FORMATO ENCUESTA

1. ¿Es usual que lleve en su maleta algún tipo de producto para protegerse de días lluvioso?

SI ¿Cual? _____

NO ¿ Porque? _____

2. ¿Se le ha roto o perdido algún producto de protección para la lluvia?

SI

NO

¿Cual? _____

3 ¿Considera que el material de las sombrillas es de?

Buena calidad

Mala calidad

4. ¿Aproximadamente cuantas veces ha tenido que volver a comprar un producto?

1

2

3

4

Más de 4 veces

5 ¿En momentos de lluvia cree usted que el modo de protección si cumple con lo esperado?

SI

NO

¿Porque? _____

6 ¿Cree usted que su sombrilla o impermeable ocupa mucho espacio en su mochila?

SI

NO

7 ¿En días de lluvia es usual que a su calzado le entre humedad?

SI

NO

8 ¿Consideraría la idea de cambiar el producto que utiliza actualmente?

SI

NO

¿Porque? _____

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto de protección para lluvia el cual viene incorporado a una mochila?

50.000 a 60.000

60.000 a 70.000

70.000 a 80.000

80.000 a 90.000

Más de 100.000

10 ¿Le gustaría saber más acerca de nuestro producto?

SI

NO

11 ¿De qué forma le gustaría adquirir este producto?

Online

Compras directas

Entrega Puerta a Puerta

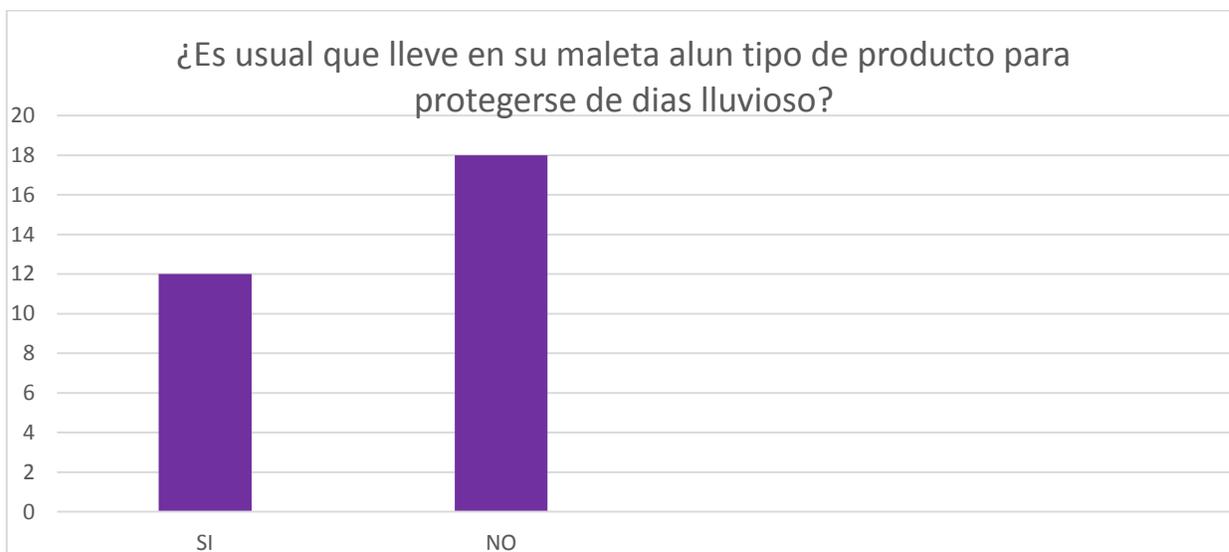
¿Porque? _____

12 ¿A pasado por algunos contratiempos a base de no tener algo que lo proteja totalmente de la lluvia?

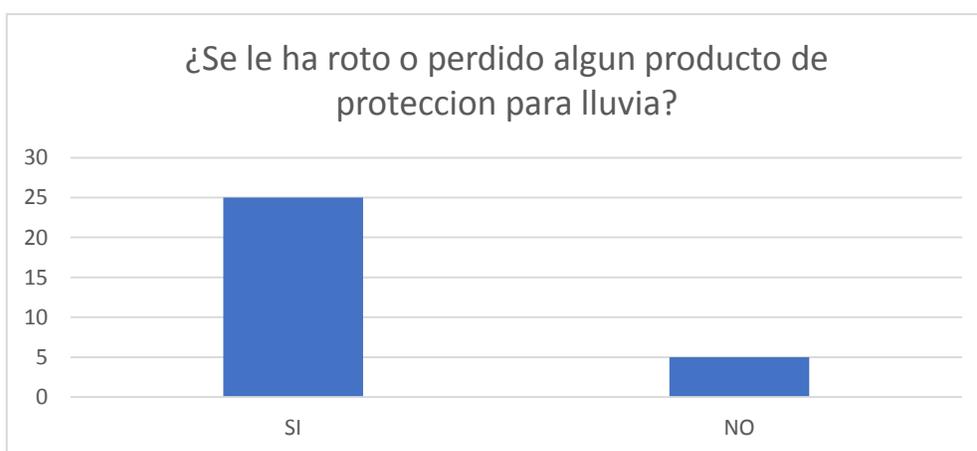
SI

NO

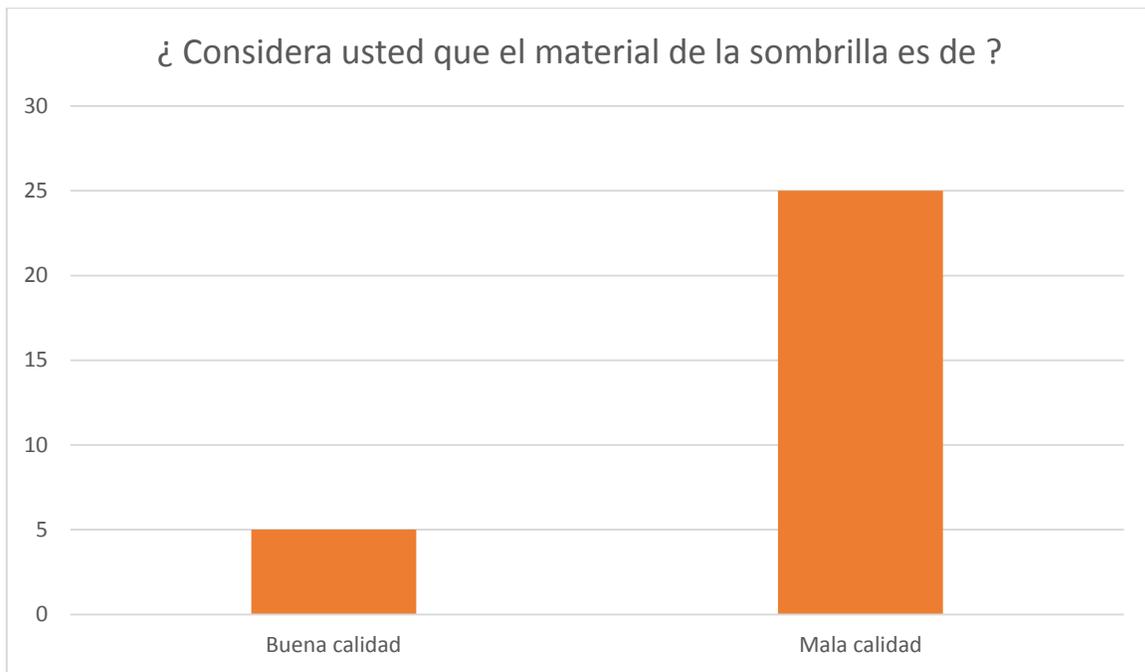
2.2 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE RESULTADOS



Podemos notar que la mayoría de estudiantes (18 estudiantes) no llevan en su maleta algún tipo de protección basados en que se les ha perdido en muchas ocasiones y se les ha roto por otro hay estudiantes (12 estudiantes) que si llevan algún producto preferiblemente sombrillas.



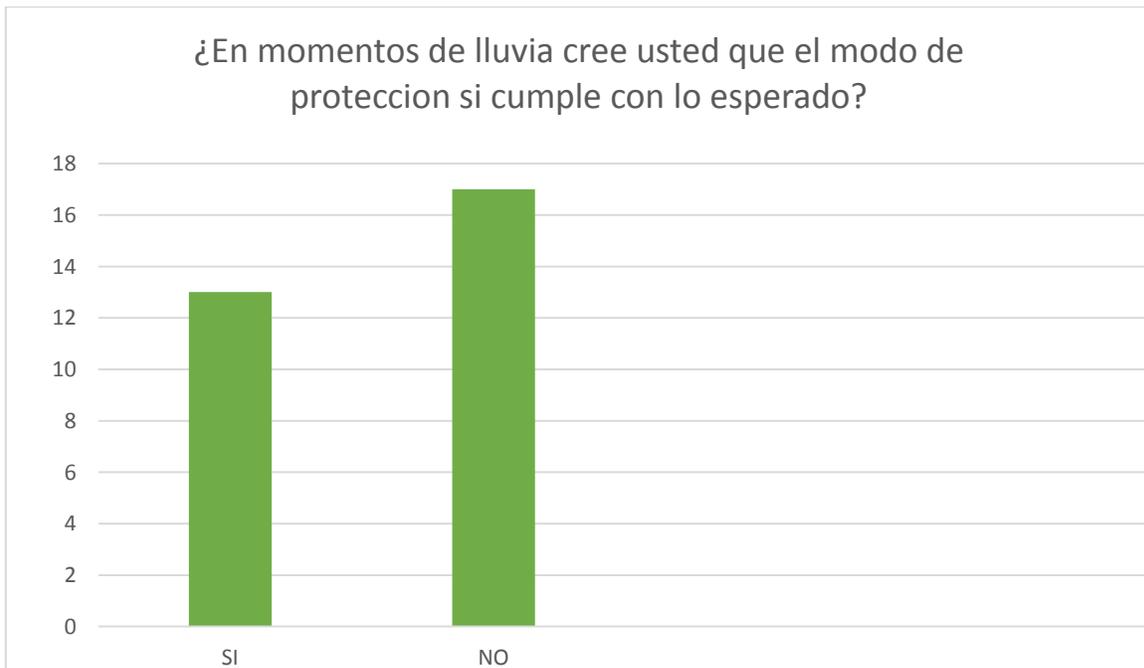
Según los encuestados a la mayoría (25) estudiantes se le ha roto y/o perdido su modo de protección para la lluvia de esos 25 estudiantes 15 se les ha perdido su sombrilla y a los 10 restante se les ha perdido su capa continuando con el análisis 5 estudiantes no han tenido que pasar por perdidas de su producto.



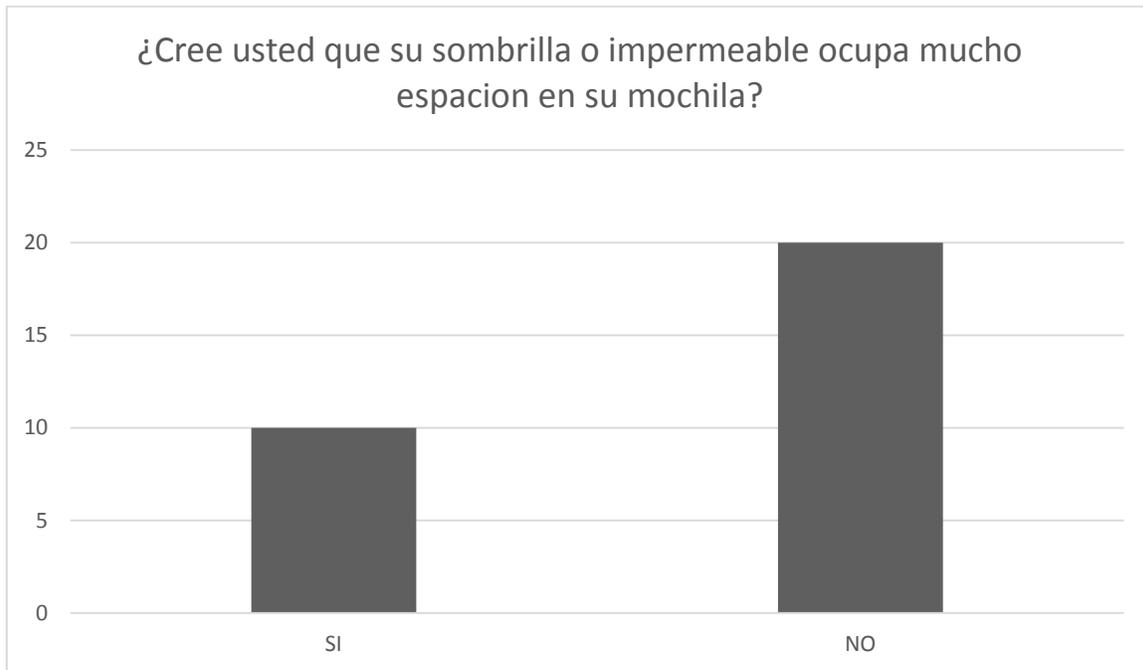
La mayoría de los estudiantes (25) concuerdan que el material de la sombrilla es de mala calidad ya que tiende a dañarse fácilmente perjudicándolos en momentos de lluvia. de lo contrario (5) Estudiantes opinan lo contrario al tener sombrillas de buena calidad.



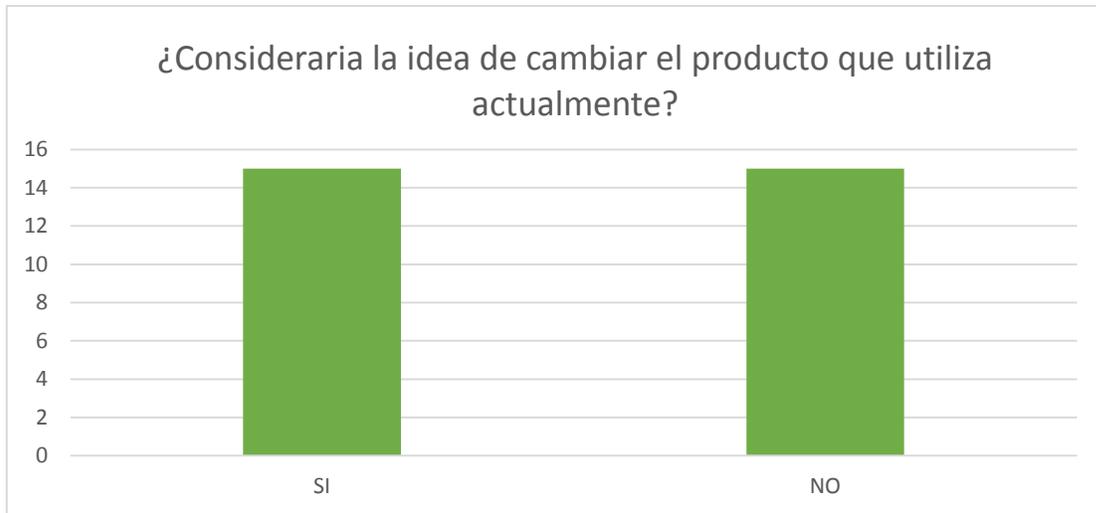
Gran parte de los estudiantes (13) por cuestiones de calidad de sombrillas o impermeables igualmente por pérdida han tenido que comprar nuevamente más de 4 veces su producto y los estudiantes con menos compras son de (3) estudiantes los cuales solo han tenido que comprar sus productos tres veces.



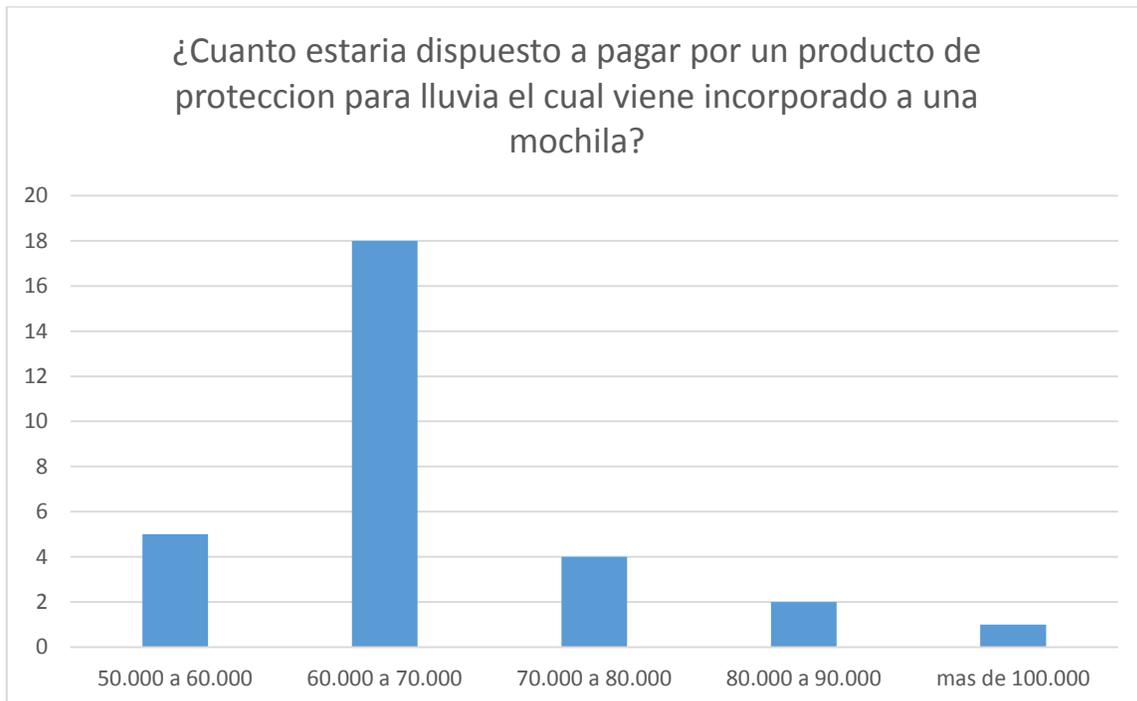
Podemos notar que la mayoría de los estudiantes se sienten insatisfechos con el modo de protección de sombrillas o capas ya que en los dos casos si cubre, pero no la totalidad de ellos.



Notamos que este tipo de productos no ocupan mucho espacio en las mochilas de los estudiantes ya que la mayoría (20) estudiantes su respuesta fue no, pero al igual un porcentaje menor a ellos de (10) estudiantes si les parece que estos productos ocupan espacio en sus mochilas.

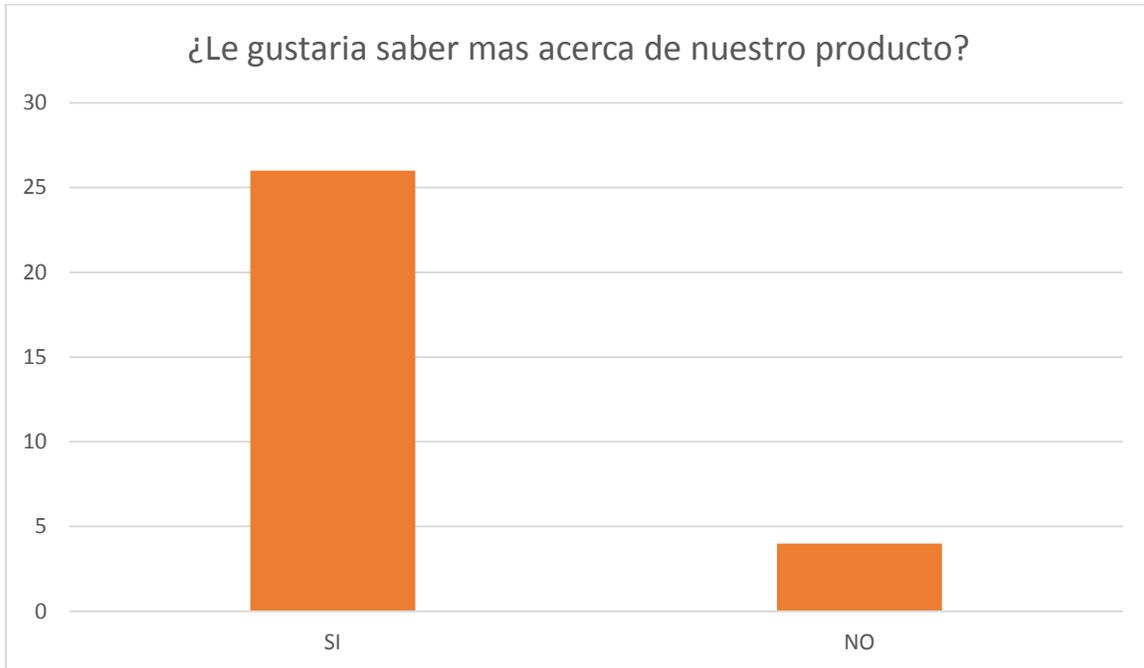


En esta parte de la encuesta tenemos entre 15 estudiantes que consideran el cambiar de producto ya que este no satisface sus necesidades y el otro 15 que se quedarían con sus productos actuales ya que ellos dicen que los conocen y le da desconfianza otro tipo de producto.

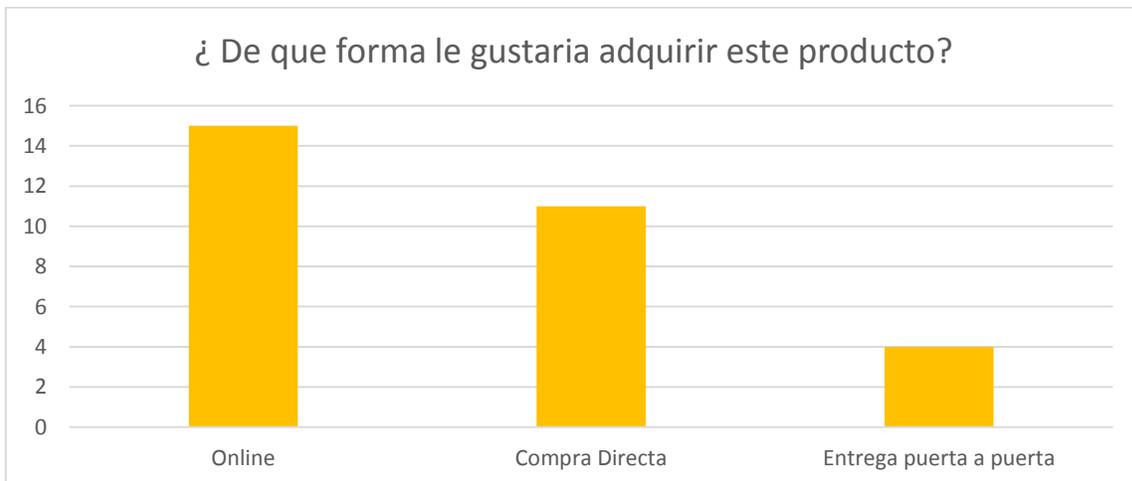


18 de los estudiantes están de acuerdo en pagar máximo entre 60.000 a 70.000 por una mochila con protección para lluvia incorporado ya que esto les ayudaría a no tener costos

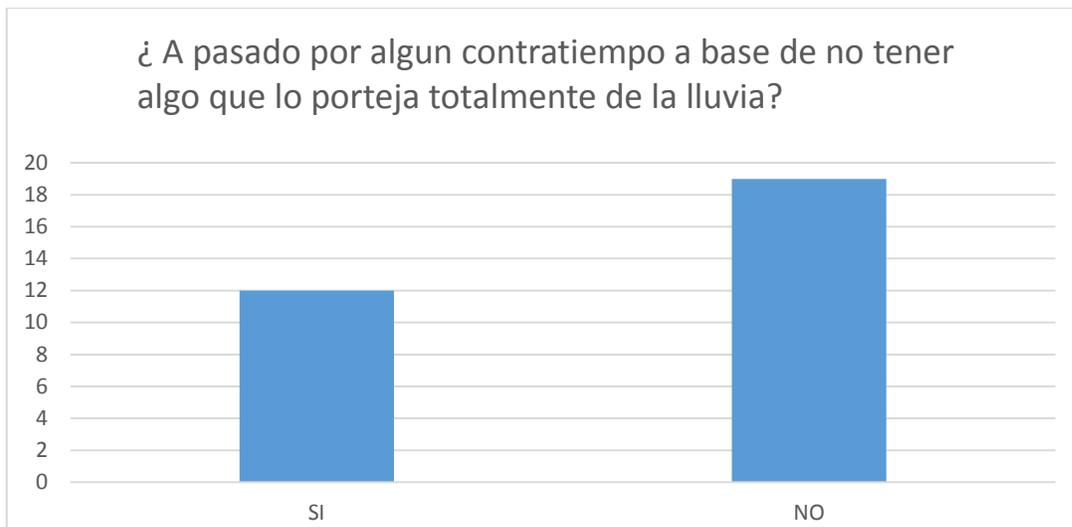
adicionales y tan solo 1 estudiante está de acuerdo en pagar lo máximo por este tipo de producto.



Con relación a lo hablado y a lo expuesto a nuestro encuestados la mayoría se vio muy interesados en nuestro producto ya que sus clases son en diferentes sedes y esto les podría ayudar a llegar a tiempo con un mal tiempo.



Como podemos notar a los estudiantes les parece mejor hacer sus pedidos online ya que es la forma las fácil para adquirir este tipo de productos. Y en segunda posición prefieren ir directamente a la tienda y verificar el proceso de su producto.



En muchas ocasiones a base de la lluvia se nos complica llegar a algún compromiso y eso fue lo que nos expusieron los estudiantes entrevistados a muchos de los cuales dijeron que si se le complico llegar a entrevistas de trabajo porque su producto no los cubría muy bien o llegaban con mala presentacion personal esto dicho por 12 estudiantes pero la mayoría no se les a presentado ningún tipo de contratiempo.

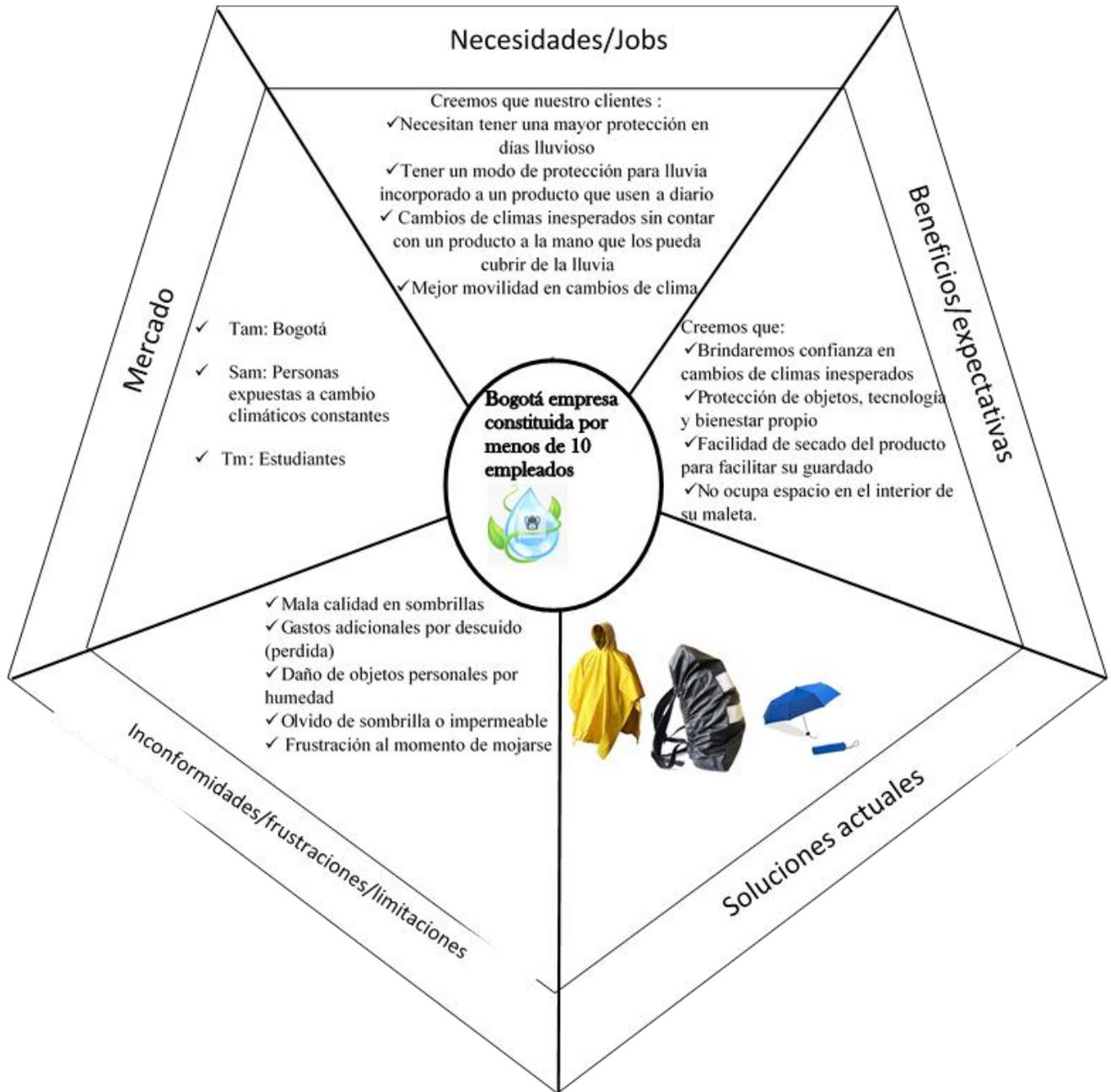
2.3 INFORME EJECUTIVO

En la ciudad de Bogotá en el mes de octubre del año en curso se realizó una encuesta de manera personal a estudiantes de la corporación unificada de educación superior (CUN) sede centro.

Utilizando un tipo de encuesta cuantitativa en la que tenemos 12 preguntas realizadas a 30 estudiantes esto con el fin de saber las necesidades y las inconformidades de los posibles clientes con las soluciones actuales.

Como pueden notar el estudio realizado arroja que muchos de los encuestado no se sienten satisfechos con los productos actuales y ven muchas falencias en estos productos los cuales les interesarían otro tipo de producto el cual cubra su bienestar y el de sus objetos personales.

2.4 PENTÁGONO DE PERFILACION DE CLIENTE FINAL



CAPITULO 3

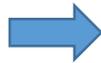
PROTOTIPO

3.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

Es un producto el cual está basado en una mochila con una capa impermeable y zapatos impermeable para días lluviosos los cuales vienen incorporados en el exterior de la maleta parte inferior.

su funcionalidad es que en momento de lluvia se saca la capa y cubre su mochila y también cubre su cuerpo y sus zapatos impermeables tapara su calzado beneficiándolo de no recibir la humedad de la lluvia y para hacer más agradable el producto la capa traerá el diseño que usted quiera implementado en ella.

3.2 NOMBRE



MOTXIL XH2O

LOGO



SLOGAN



*No permitas que el mal tiempo
te detenga!*

3.3 FICHA TECNICA

PRODUCTO	MOCHILA MOTXIL XH20	
<p>DESCRIPCION</p> <p>Es un producto el cual está basado en una mochila con una capa impermeable y zapatos impermeable para días lluviosos los cuales vienen incorporados en el exterior de la maleta parte inferior. su funcionalidad es que en momento de lluvia se saca la capa y cubre su mochila y también cubre su cuerpo y sus zapatos impermeables tapara su calzado beneficiándolo de no recibir la humedad de la lluvia y para hacer más agradable el producto la capa traerá el diseño que usted quiera implementado en ella.</p>	ESPECIFICACIONES TECNICAS DISEÑO	
	Bolsillo	Dos bolsillo laterales en los costados
	Cremalleras	De alta resistencia de doble cursor llave N. 10, recubierto y con 2 sobrecosturas
	Compartimientos	un frontal, uno principal, bolsillo para pc
	Espaldar	Acolchado con esponjas y reforzado
	Hombreras	Acolchadas y reforzadas
	Costuras	
	Base	
	Capa y zapatos impermeable	Capa y zapatos de material impermeable de fácil secado
	MEDIDAS	
Ato del producto	47 cm	
Ancho del producto	35 cm	
Fondo del producto	22 cm	
EMPAQUE		
Largo de caja contenedor	47 cm	
Ancho de caja de contenedor	34 cm	
Alto de caja de contenedor	55 cm	
Peso de caja	13.5 kg	
Piezas por caja	10 unidades	
Empaque individual	N/A	

3.4 PLANOS



CAPITULO 4

PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA

4.1 IDENTIDAD ESTRATEGICA

Somos una empresa la cual estamos dedicados a producir y comercializar producto de muy alta calidad fortaleciendo su marca y brindándoles seguridad para todo aquel que requiera de una mayor protección marcando la diferencia.

4.2 FUTURO PREFERIDO

En una proyección a 3 años (2021) ser una de las marcas más deseadas y reconocidas por su calidad y protección para días con climas inesperados.

4.3 OBJETIVOS GENERALES

Se busca satisfacer las necesidades de nuestros clientes llegando a ellos e imponiendo una clase de protección más segura en casos de lluvia y evitando humedad dentro de sus zapatos todo esto a base de un estudio a realizar donde identificaremos si nuestro producto cumplirá con lo que la gente necesita.

Determinar gastos, costos, calidad del producto, su funcionalidad en el mercado demarcando la descripción detallada del producto para así lograr alcanzar una utilidad

4.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Diseñar productos innovadores para atraer más clientes
- ✓ Producir mochilas anti agua de excelente calidad
- ✓ Generar seguridad a nuestros clientes
- ✓ Crecer teniendo un buen posicionamiento en el mercado
- ✓ Identificar las necesidades a suplir de nuestros clientes

4.5 VALORES

Nuestros diseños están pensando y adaptados para satisfacer las necesidades de toda persona la cual requiera de una mayor protección para sus objetos personales y protección de sí mismo incorporado en tan solo un producto de forma original, cómoda y de excelente calidad. Tomando como valores fundamentales

- ✓ Liderazgo: Esforzarnos para formar un futuro mejor.
- ✓ Humildad: Somos amables, colaboradores, respetuosos.
- ✓ Responsabilidad: Con nuestras obligaciones hacia nuestros clientes.
- ✓ Calidad: Buscando la excelencia.
- ✓ Integridad: Ser transparentes.
- ✓ Constancia: Firmes, perseverantes y recursivos en lo que hacemos.

4.6 ANALISIS DE MACROENTORNO

Este análisis tiene como finalidad evaluar aquellos factores que influyen, o pueden llegar a influir, de manera indirecta en los resultados no solo de nuestra empresa/proyecto, sino del de todas las empresas del sector.¹

4.7 ANALISIS PESTEL

El método PESTEL es una de las muchas técnicas de análisis de negocios. A través de él, los emprendedores pueden realizar una evaluación de los principales elementos que tendrán alguna influencia en su proyecto.

Se trata de una técnica básicamente descriptiva. La idea es detallar de la mejor manera el entorno en el que operará la empresa en función de aspectos políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos, ecológicos, jurídico-legales y otros que, de alguna u otra forma, tengan alguna incidencia.

El método PESTEL parte de un ejercicio de previsión y probabilidad realizado por cada uno de los emprendedores. Esto no quiere decir que en la metodología tengan cabida proyecciones sin fundamento; al contrario, deben ser verosímiles y realistas.²

4.7.1 POLITICO

- ✓ Ley 1014 de 2006 (fomento a la cultura de emprendimiento)
- ✓ Normas iso 9001
- ✓ Renovación de tratados según el caso

4.7.2 ECONOMICO (TIPO DE EMPRESA S.A.S)

- ✓ IVA
- ✓ Retención en la fuente
- ✓ Parafiscales
- ✓ Impuesto de renta
- ✓ Impuesto Cree
- ✓ Gravamen a movimiento financieros

4.7.3 SOCIAL

✓ Este producto puede ser adquirido por toda persona que lo desee y lo requiera ya que será implementado para niñas, niños, hombre, mujeres de cualquier edad o cualquier estrato social o discapacidad otorgado seguridad

4.7.4 TECNOLÓGICO

✓ la tecnología para este producto solo aplicaría para los diseños que se requieran.

4.7.5 ECOLÓGICO

Ya que en nuestra empresa se maneja corte y otros tipos de proceso se incorporará canecas ecológicas.

✓ Caneca de reciclaje verde: para residuos ordinarios, no reciclables.

✓ Caneca de reciclaje gris: cartón y papel

✓ Caneca de reciclaje azul: plásticos

✓ Canecas de rojas: tintas para desechar

Igualmente, con una disminución de energía en la maquinaria para el ahorro de luz.

4.7.6 LEYES

✓ Ley 689 de 2001

✓ Pago por Servicios Ambientales – Decreto N° 870 de 2017

✓ LEY 1780 DEL 02 DE MAYO DE 2016

✓ Ley 1429 ley de formación y generación del empleo

✓ Decreto 1072 de 2015 es el impositivo para todas las organizaciones colombianas de implementar un Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud Ocupacional

✓ Decreto Ley 1295 de 1994 = organización y administración de los riesgos profesionales en el País.

4.8 ANALISIS PORTER

4.8.1 AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

- ✓ Nuevos emprendedores
- ✓ Nuevas líneas de negocio
- ✓ Grandes cadenas plus

4.8.2 PODER DE NEGOCIACION CON LOS CLIENTES

- ✓ Bono de 5.000 pesos redimible en la primera compra de una mochila

Generalmente el cliente busca calidad a un buen precio y variedad de productos es por eso que se ha implementado este tipo de promociones, descuentos para que nuestro cliente se sientan muy bien atendidos.

4.8.3 PODER DE NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES

- ✓ Proveedores de capas impermeables (impercap)
- ✓ Proveedores de tela (telasxmetro)
- ✓ Proveedores de cremalleras (yescremalleras)
- ✓ Proveedores de tinta para estampados (sumiprint)

La forma de pago será por medio de una cuenta corriente pago de 30-45 días

RIVALIDAD ENTRE PRODUCTOS EXISTENTES

- ✓ Vendedores informales de sombrillas
- ✓ Vendedores informales de capas plásticas
- ✓ Bolsas plásticas

AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

- ✓ Sombrilla
- ✓ capa impermeable
- ✓ forro de maleta
- ✓ capa desechable

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- ✓ Calidad y originalidad de nuestros productos
- ✓ Personal comprometido
- ✓ Precios accesibles
- ✓ Innovación de producto
- ✓ Durabilidad

OPORTUNIDADES

- ✓ Crecimiento de marca
- ✓ Excelente atención al cliente el cual se encarga de satisfacer las necesidades con un muy buen trato.
- ✓ Alta demanda de productos relacionados
- ✓ promociones y ofertas para nuestros clientes

DEBILIDADES

- ✓ Falta de experiencia en el sector
- ✓ Desconocimiento del mercado
- ✓ Marcas posicionadas

AMENAZAS

- ✓ Posicionamiento en el mercado
- ✓ Competencia de producto actuales
- ✓ Marcas imitadoras a menos precio

CONCLUSION

Se puede concluir que según el estudio realizado y la segmentación de nuestros posibles clientes este producto puede llegar a satisfacer las necesidades de nuestros clientes mejorando la seguridad y bienestar en cambios de climas inesperado ya que con MOTXIL XH2O no tendrá que preocuparse por eso igualmente se tiene que empezar a mejorar esas debilidades y amenazas que se nos puede presentar.

BIBLIOGRAFIA

1 <https://sites.google.com/site/uexpuntodempredimiento/plan-de-empresa/analisis/externo/macroentorno>

2 <https://retos-directivos.eae.es/en-que-consiste-el-analisis-pestel-de-entornos-empresariales/>