

PROYECTO OPCIÓN DE GRADO

MUEBLES ECOLLA

ELABORADO POR

DIANA CAROLINA CASTAÑO

STEVEN ORTIZ MORENO

PRESENTADO A

NESTOR GERARDO ECHAVARRIA

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

BOGOTA D.C

2017

TABLA DE CONTENIDO

ESTUDIO DE MERCADO

1. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN
2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN
3. LOGÍSTICA
4. EJECUCIÓN COMERCIAL
5. HABILIDADES COMERCIALES
6. HABILIDADES ADMINISTRATIVAS
7. POLÍTICAS DE CARTERA

PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA

8. OBJETIVO GENERAL
9. MARCO LEGAL
10. MISIÓN
11. VISIÓN
12. OBJETIVOS ESPECÍFICOS
13. ANALISIS PESTEL

14. FUERZAS INDUCTORAS

15. FUERZAS Opositoras

16. CADENA DE VALOR

ESTUDIO DE MERCADO

17. NECESIDADES DE LOS STAKEHOLDERS

18. BENEFICIOS DEL PRODUCTO

19. LIMITACIONES E INCONFORMIDADES DE LAS SOLUCIONES ACTUALES

20. OBJETIVOS DEL ESTUDIOS DE MERCADO

21. SEGMENTACIÓN

22. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO

23. ANÁLISIS CONCLUYENTE

24. PLAN DE MARKETING

25. ANALISIS DE PORTER

26. ESTRATEGIA DE PRODUCTO

27. ESTRATEGIAS PARA EL PRECIO

28. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

29. DESARROLLO DE LA MARCA

30. MARCA

31. SLOGAN

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

Distribución intensiva: se busca que la empresa tenga un alto número de puntos de venta disponibles para el producto para que logre una mayor cobertura en ventas

Esta estrategia es apropiada para el tipo de producto que fabrica y comercializa la empresa, ya que ayuda a posicionarla de manera más eficaz

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Páginas Web: Este es un medio muy importante en el último siglo para comercializar, todas las empresas han optado por tener una página web. Es muy eficaz este medio para nuestra empresa.

LOGÍSTICA

Se centra en 3 procesos

1. Proceso de aprovisionamiento: en la empresa es la gestión de materiales entre los puntos de adquisición y las plantas de procesamiento
2. Proceso de producción: es la gestión de las operaciones de fabricación de las diferentes plantas
3. Proceso de distribución: es la gestión de materiales entre las plantas mencionadas y los puntos de consumo

EJECUCIÓN COMERCIAL

La ejecución que necesitamos es una mezcla de liderazgo, de nueva gestión de tiempo, de equipos, de orientación a proyectos, generación de entornos adecuados para la motivación y la acción basada en hechos

HABILIDADES COMERCIALES

- Preguntar
- Escuchar
- Empatizar
- Estimular
- Convencer

HABILIDADES ADMINISTRATIVAS

Para la empresa se dividen en 3 grupos

1. Habilidades técnicas: son las indicadas para aplicar el conocimiento necesario
2. Habilidades humanas: la capacidad de trabajo en equipo, motivación y emprendimiento
3. Habilidades conceptuales: la capacidad mental de analizar y diagnosticar situaciones complejas

POLÍTICAS DE CARTERA

1. Análisis de créditos a otorgar
2. Revisar facturas en valores exactos
3. Visitas periódicas a clientes

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

El proyecto implica la fabricación de muebles innovadores y de calidad hechos a base neumáticos usados que pretende tener un impacto ecológico combinando tecnología innovación y precios aceptables MUEBLES ECOLLAN es una empresa que fabrica muebles que hacen posible decorar espacios completos y que no afecten al medio ambiente.

Los muebles hechos a base de neumáticos satisfacen necesidades de comodidad, confort y descanso son amigables con el medio ambiente porque están fabricados a partir de los neumáticos que ya son usados y luego desechados en la ciudad de Bogotá y a nivel nacional cabe mencionar que la superficie de nuestro producto puede ser decorada por el consumidor lo cual desarrolla la creatividad y personaliza el ambiente o bien también existe la opción de solicitar los muebles con los decorados realizados por nuestra empresa con opciones diversas de colores formas y diseños.

OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la preservación del Medio Ambiente, afianzando la cultura del reciclaje, el aprovechamiento de los recursos a través de la utilización de técnicas para la reutilización de llantas desechadas, realizando actividades de comercialización de material reciclable.

MARCO LEGAL

Basándose en la reforma de la constitución la cual habla en su mayoría acerca del buen vivir se ha determinado que el presente proyecto está sustentado en la sección segunda que habla del ambiente sano y en los siguientes artículos

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir,.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua.

Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los

ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

Artículo 45

1. Todos tienen el derecho a disfrutar de un medio ambiente adecuado para el desarrollo de la persona, así como el deber de conservarlo.
2. Los poderes públicos velarán por la utilización racional de todos los recursos naturales, con el fin de proteger y mejorar la calidad de la vida y defender y restaurar el medio ambiente, apoyándose en la indispensable solidaridad colectiva.
3. Para quienes violen lo dispuesto en el apartado anterior, en los términos que la ley fije se establecerán sanciones penales o, en su caso, administrativas, así como la obligación de reparar el daño causado

MISIÓN

Brindar una alternativa ecológica de muebles diseñados exclusivamente para proteger el medio ambiente reciclando y reutilizando materia prima clave para la fabricación y producción de estos, teniendo como finalidad producir y comercializar productos de primera calidad y que cumplan con los requerimientos de los estándares de calidad exigidos por los mercados nacionales e internacionales.

VISIÓN

Generar un mercado innovador con ventajas para el cliente y el medio ambiente aportando la máxima calidad y confort que nos da la naturaleza para 2020 seremos una empresa pionera en la producción y fabricación de este producto cumpliendo con todos los estándares de calidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercados para detectar las necesidades de consumo dentro de esta industria, analizar la competencia y establecer la estrategia que se llevará a cabo.
- Plantear y realizar un estudio técnico para determinar tanto la base de inversión necesaria como los costos y gastos operativos
- Estudiar el ámbito administrativo para establecer los aspectos organizativos que deberán considerarse en el proyecto
- Estudiar el ámbito legal para determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a la localización, utilización de productos, subproductos y patentes.
- Realizar un estudio del ámbito ambiental y de seguridad industrial reconociendo los

parámetros del entorno, con el fin de cumplir con la razón ecológica y social de la empresa.

- Aplicar al proyecto un estudio financiero con el que se obtendrá información que permitirá decidir y observar la viabilidad del plan de negocios

ANALISIS PESTEL

El análisis PEST es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado, y en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. Es una herramienta de medición de negocios. PEST está compuesto por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio o unidad. El PEST funciona como un marco para analizar una situación, y como el análisis DOFA, es de utilidad para revisar la estrategia, posición, dirección de la empresa, propuesta de marketing o idea. Los factores analizados en PEST son esencialmente externos. El PEST mide el mercado, el DOFA mide una unidad de negocio, propuesta o idea. El análisis PEST es algunas veces extendido a 6 factores, incluyendo Ambientales y Legales, convirtiéndose entonces en PESTAL. El análisis PEST utiliza cuatro perspectivas, que le dan una estructura lógica que permite entender, presentar, discutir y tomar decisiones. La plantilla de PEST promueve el pensamiento proactivo, en lugar de esperar por reacciones instintivas.

• **Tecnología:** Como empresa de muebles es importante contar con buena capacidad tecnológica para ser competitivos en el mercado. Partiendo de que las compañías de gran influencia en el país cuentan con tecnología de punta haciendo sus procesos más eficaces y eficientes, la tecnología es un obstáculo de entrada debido a que se debe contar con gran capacidad de capital para

incursionar en el sector y abarcar un gran porcentaje de la demanda del mercado. La maquinaria y/o equipo con el que se debe contar en la empresa implica una considerable inversión, debido a sus costos. Sin embargo, como pyme, se pretende iniciar con la tecnología necesaria para satisfacer el porcentaje de demanda pronosticada mientras se tiene la capacidad adquisitiva para ampliar la maquinaria de la empresa. Es importante contar con soluciones sustitutas que permitan que en dado caso que la empresa no esté en la capacidad de realizar alguna parte del proceso de fabricación, se apoye en recursos externos y que simultáneamente permitan el cumplimiento de los objetivos según lo demandado. La masificación de marcas, la mayor competencia de precios, aspectos de índole social, económico, político e ideológico, así como el desarrollo de cada sector económico son parte de los factores que determinarán el desarrollo de maquinaria en los próximos años. Además de ello la automatización y eficiencia de energía eléctrica serán también parte del común denominador. En los próximos años se observará dinamismo en la fabricación de muebles, es por eso que se proyecta impulsar la industria con tecnología y materias primas. Al ser una pyme se pretende que la empresa adquiera, inicialmente, tecnología de segunda mano con el fin de no incurrir en altos costos, pero a la vez, esto implica que en el momento en que se decida abandonar el sector mobiliario, la disposición final de la maquinaria y equipo se va a dificultar, considerándose como una barrera de salida de gran relevancia

• **Legal:** La empresa para la elaboración de sus productos, se debe regir bajo las directrices de la Ley 99 de 1.993 como norma marco de la legislación ambiental colombiana, encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables; la Resolución 1351 de 1995, del Ministerio del Medio Ambiente que Adopta la declaración del Informe de Emisiones; la Resolución 619 de 1997, del Ministerio del Medio Ambiente que establece parcialmente los valores a partir de los cuales se requiere permiso de emisión atmosférica para

fuentes fijas; la Resolución 8312 de 1983, del Ministerio de Salud que establece normas para la protección y conservación de la audición, de la salud y el bienestar de las personas, por causa de la emisión y producción de ruido; la Resolución 832 de 2000, del Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente (DAMA) que adopta el sistema de clasificación empresarial por el impacto sonoro sobre el componente atmosférico denominado “Unidades de Contaminación por Ruido”, UCR; la Resolución 1208 de 2003 del DAMA que establece normas de prevención y control de la contaminación atmosférica por fuentes fijas y protección de la calidad del aire en el perímetro urbano de la ciudad de Bogotá, D.C. Por otra parte para fines de calidad en el producto que se va a desarrollar, la empresa optara por regirse bajo los criterios de la Familia ISO 9000, la cual establece los lineamientos que debe tener un sistema de Gestión de Calidad. Para tener una guía sobre la responsabilidad social, se tiene la Norma Técnica Colombiana NTC ISO 26000 que asiste a todo tipo de organización tanto del sector público como del privado en el proceso de implementación de la misma como una forma para lograr los beneficios de operaciones socialmente responsables y a lograr un desarrollo sostenible.

• **Social:** la empresa está en la posibilidad de abarcar un mercado potencial por las tendencias de estilo de vida que se tienen en la actualidad. La publicidad conlleva al consumismo de los diversos productos que incursionan en el mercado, así mismo la necesidad de uso de ciertos bienes. El sector mobiliario, específicamente los muebles del hogar, entran como productos de la canasta familiar, lo cual implica que sea una necesidad de compra, de esta manera, genera el aumento progresivo de las ventas de la compañía, apoyando por ende de manera directa la generación de utilidades

Demográficamente la empresa está bien ubicada, ya que se encuentra en un sector industrial, favoreciendo el movimiento estratégico de las entradas y las salidas de la misma, beneficiando tanto proveedores como clientes

• **Ambiental:** la compañía pretende implementar materias primas que sean amables con el medio ambiente y que no genere dificultades al entorno. Se debe regir bajo La Constitución Política de Colombia de 1991 para el manejo y conservación de los recursos naturales y el medio ambiente, el Ministerio del Medio Ambiente bajo la ley 99 de 1993, en donde se dictan disposiciones para la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, 60 la Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 14001 para los Sistemas de Gestión Ambiental. La maquinaria y/o equipo debe favorecer la optimización de los recursos y el no desperdicio de materiales e insumos. La industria en general deberá usar materias primas que informan y transmiten ideas ecológicas con el fin de consolidarlo como una gran palanca de sustentabilidad y crecimiento mundial. De igual manera, es de vital importancia que la empresa se rija bajo la legislación de un Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional (S y SO) como lo especifica la Norma Técnica Colombiana NTC OHSAS 18001, para hacer posible que una organización controle sus riesgos de S y SO y mejore su desempeño en este sentido. No establece criterios de desempeño de S y SO determinados, ni incluye especificaciones detalladas para el diseño de un sistema de gestión.

• **Políticos:** Normas, leyes, decretos y decisiones que reglamentan la cadena productiva de muebles y cada uno de sus eslabones, tales como las Leyes de apoyo y fomento, Reglamentación arancelaria y acuerdos comerciales, TLC, entre otras. Adicionalmente, se identificó la relación existente entre los eslabones transversales de la cadena y los eslabones principales, lo que

permitted to define the following support relationships: o Governmental Entities: Support the development of the links of primary producers, suppliers of inputs, Producers, Wholesalers, Retailers and final consumer. o Entities of integration: Support the links of primary producers, suppliers of inputs, producers and retailers. o Private support entities: Related to the support of the development of the links of primary producers, suppliers of inputs, producers, wholesalers and retailers

· **Económicos:** La empresa se ve afectada por la situación económica y las tendencias de los países de los que se importan algunas de las materias primas que se requieren para la fabricación de nuestros productos, por ende, el Tratado 61 de Libre Comercio va a ser decisivo en nuestro sector porque tiene implicaciones importantes en los costos de fabricación y producción de muebles. Por otro lado, la inflación va a ser un factor que varíe el precio del producto, ya que afectará de manera directa y progresiva los costos de la materia prima y los insumos que se implementan. La tendencia de la economía del sector favorece la rentabilidad de la compañía, debido a que es una excelente oportunidad de negocio, es un mercado potencial y fuente de generación de altos márgenes de utilidad. No es un producto que se vea afectado por la estacionalidad, por el contrario, tiene la facilidad de ser comercializado y adquirido en cualquier época del año, de esta manera los ingresos de la empresa no se verán afectados por dichos factores. Las rutas de distribución del producto están diseñadas de manera estratégica con el fin de reducir al máximo los costos de transporte y lo que gira en torno a este ámbito

FUERZAS INDUCTORAS

OPORTUNIDADES

Apertura de mercado

Aprovechar nichos de mercado

Demanda insatisfecha del producto

Decrecimiento de la competencia nacional en la exportación de muebles

FORTALEZAS

Capacidad de suplir la demanda

implementación de estrategias publicitarias.

Mano de obra calificada.

Tecnología avanzada de producción

FUERZAS Opositoras

DEBILIDADES

Falta de sistemas que permitan medir de manera oportuna las nuevas tendencias a nivel internacional.

Poca experiencia en el mercado

Tipo de producto

AMENAZAS

Adaptación a las exigencias y normas internacionales

Cambio en la demanda del producto

Cambios políticos y socioculturales

Competencia

Tipo de moneda Ubicación geográfica

Reglamentaciones gubernamentales

CADENA DE VALOR

INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA

Buscar persona que quieran invertir en nuestra empresa para que aporten con su capital el dinero suficiente para poder montar una buena infraestructura eso quiere decir inversión en personal bien capacitado y una buena maquinaria y así poder cumplir con todos los pedidos que tiene nuestro producto en el mercado

GESTIÓN DE RECURSOS

Contratar y capacitar personal que cumpla con todos los requisitos expuestos por la empresa además que cada trabajador este afiliado a todo lo que la ley estipula y que tenga una remuneración salarial según como esté plasmado en su contrato

Además se debe permitir compensar al trabajador por su capacidad, esfuerzo y responsabilidad para ser un estímulo para la productividad.

DESARROLLO DE TECNOLOGÍA

Investigar qué tendencias hay en el mercado de muebles para poder crear diseños de muebles innovadores, que atraigan a nuestros clientes para que nuestro producto sea competitivo en el mercado, ya que con la compra de maquinaria de primera mano vamos a garantizar que los muebles que salgan al mercado sean de alta calidad

COMPRAS

Buscar proveedores que venden los insumos de primera calidad y que su precio se acorde al presupuesto de nuestra empresa además llegar a un acuerdo de pago con dichos proveedores para que nos puedan dar facilidad a la hora de cancelar los insumos que adquirimos

La publicidad poder realizarla a través de las redes sociales ya que por este medio se mueve mucho la publicidad y tendríamos posibilidad de que mucha gente conociera nuestra marca y productos, además personas en la calle distribuyendo información de nuestro producto

- Logística interna

La recepción y almacenamiento que le damos a los insumos que adquirimos de nuestro proveedor deben ser tratadas con los más altos cuidados que se deba tener puesto que estos insumos serán lo que entrarán a producción como parte del proceso de creación de nuestro producto

- Operaciones

Desde el momento que los insumos entran a la planta de producción poder hacer una trazabilidad de cada uno de los procesos que este producto necesita para que salga en óptimas condiciones ya que entre menos procesos tenga que hacer se van a generar ganancias para nuestra empresa ya que el producto saldría más rápido al mercado y puede ser vendido

- Lógica externa

Cuando el mueble sale del área de producción es embalado y separado para que pueda ser distribuido a cada uno de nuestros clientes teniendo en cuenta los más altos niveles de calidad para que así el producto llegue en óptimas condiciones a su destino.

- Marketing y ventas

Hacer publicidad de nuestro producto teniendo como base el dinero que tenemos para invertir en publicidad ya que es bueno tener una buena publicidad, hoy por hoy las redes sociales son el medio más efectivo para dar a conocer nuestro producto sin dejar atrás el tradicionalismo de la publicidad tales como entrega de volantes, campañas de promoción y catálogos.

- Servicio post ventas

Luego de que nuestro cliente tenga en su poder el producto que le vendimos hacer una trazabilidad de que este quedo satisfecho con el producto ya que si el cliente tiene alguna pregunta queja o reclamo pueda ser atendida y solucionada según el caso

Así podemos mantener los clientes para que a futuro nos puedan hacer un nuevo pedido de nuestro producto

NECESIDADES DE LOS STAKEHOLDERS

Stakeholders internos

- Finanzas
- Ventas y Marketing
- Administración
- Los dueños de la empresa
- Producción
- Los empleados

Se programarán reuniones con cada uno de los jefes de cada departamento para discutir las necesidades y objetivos que tienen y hacer una trazabilidad de cada uno de las necesidades que se tengan para que se cumplan además reunirse con la gerencia para brinden información acerca de campañas y metas que tenga para el futuro para cada uno de los departamentos

BENEFICIOS DEL PRODUCTO

Los beneficios que se encuentra son

- Es un producto innovador en diseño y en funcionalidad que es un elemento de uso exclusivo para el comprador.
- representa un alto beneficio para el medio ambiente ya que está elaborado, en su mayor parte, con materiales reciclables y amigables con el planeta.
- Se busca desarrollar un producto que sea pionero y que resulte atractivo en el mercado
- Finalmente se espera proporcionar un excelente servicio post-venta y que sea un atractivo más de lo que ofrece el producto.

LIMITACIONES E INCONFORMIDADES DE LAS SOLUCIONES ACTUALES

Nuestro producto es algo que en el mercado no es muy fuerte pese a que muchas personas no tienen el conocimiento suficiente para saber que con los objetos que desechamos día a día se pueden construir elementos que ya tenemos y usamos en nuestro diario vivir y que además están contribuyendo con el medio ambiente cabe resaltar que este en una de las limitaciones que nuestro producto tiene

Los muebles son utilizados en cualquier parte del mundo la persona que los adquiere es por una necesidad y los escoge a su gusto y al valor que más sea asequible es difícil que una persona que ya a utilizado muebles normales quiera cambiar a muebles con productos reciclables pero nuestro producto puede mejorar y hasta superar las expectativas que va tener es uno de los objetivos que tenemos capacitar al comprador explicando porqué es bueno adquirir un mueble de **Ecollan**

OBJETIVOS DEL ESTUDIOS DE MERCADO

- Determinar un precio adecuado y favorable tanto para el cliente como para la entidad
- Definir la localización geográfica donde podamos impulsar nuestro producto al máximo
- Determinar a cual tipo de consumidor podemos dirigirnos al mostrar nuestro producto con más calidad
- Definir una buena estrategia para la venta del producto

SEGMENTACIÓN

- Pretendemos mostrar nuestro producto no solamente al estrato bajo si no también a las personas pertenecientes a los estratos 4 y 5
- Nuestra idea es involucrar el producto tanto en almacenes de barrio como en centros comerciales

- Según nuestro estudio de mercado desarrollaremos nuevas tendencias que estén acorde al estilo de vida y personalidad el consumidor

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Realizar encuestas para saber el porcentaje de satisfacción del consumidor
- Utilizar indicadores tales como el producto interno bruto (PIB), índice de precios consumidor (IPC), índices de precio del producto (IPP) el cual conlleva averiguar si con estos indicadores nuestro producto puede llegar a satisfacer completamente las necesidades del mercado
- Obtener estadísticas ya realizadas de empresas que comercialicen el mismo producto para minimizar nuestro margen de error ala hora de la salida de nuestro producto al mercado

ANÁLISIS CONCLUYENTE

- Realizar una buena revisión de la información obtenida en el estudio de mercado
- Verificar que las estadísticas obtenidas sean necesarias para nuestro estudio
- Según las encuesta realizadas verificar que la información obtenida por medio de este sea suficiente y confiable

PLAN DE MARKETING

Se presenta el FODA o análisis de viabilidad que permite recolectar información para la propuesta de la estrategia que se empleó en “MUEBLES ECOLLAN”

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">● Materia prima reutilizada de neumáticos que ayudan al medio ambiente● Especialistas en la materia prima manejo óptimo de los neumáticos a la hora de convertirlos en los muebles● Mano de obra calificada● Producto personalizado● Fidelización	<ul style="list-style-type: none">● No cuenta con un mapa de procesos● Poco tiempo en el mercado● No posee un plan de marketing

OPORTUNIDADES

- Muebles indispensables para el decorado del hogar
- Mercado en gran crecimiento
- Ser una de las empresas pioneras en utilizar materiales reciclables

AMENAZAS

- Bajo nivel de conocimiento de los muebles hechos de neumáticos utilizados
- La logística del negocio puede ser muy compleja
- Las empresas ya existentes y posicionada en el mercado

ANALISIS DE PORTER



²²Fuente: INFOMIPYME

²²INFOMIPYME,
http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Experiencias/Aprendizaje_fedecocagua.html

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

- Competencia importante por campañas publicitarias y precios
- La entrada de nuevos productos e innovadores
- Existencia de competidores pequeños y algunos grandes

PODER DE NEGOCIACIÓN DE COMPRADORES Y CLIENTES

- los clientes pueden acudir a otras fábricas sin embargo “MUEBLES ECOLLAN” es la única que ofrece exclusividad en cuanto diseños y formas del producto

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

- “MUEBLES ECOLLAN” cuenta con una gran variedad de proveedores y puede sustituir cuando sea necesario

PRODUCTOS SUSTITUTOS

- Cauchos utilizados en la elaboración de muebles que cumplen la misma función
- Muebles de acero

ESTRATEGIA DE PRODUCTO

El producto es el bien o servicio que ofrecemos o vendemos a los consumidores. Algunas estrategias que podemos diseñar, relacionadas al producto son:

- Incluir nuevas características al producto, por ejemplo, darle nuevas mejoras, nuevas utilidades, nuevas funciones, nuevos usos.
- incluir nuevos atributos al producto, por ejemplo, darle un nuevo empaque, un nuevo diseño, nuevos colores
- lanzar una nueva línea de producto, por ejemplo, si nuestro producto es una silla elaborada con neumáticos utilizados le podemos poner un valor agregado que sería el de una graduación manual para cada tipo de persona

- ampliar nuestra línea de producto, por ejemplo, aumentar nuestros productos no solo sillas sino también mesas, camas, sofacamas
- lanzar una nueva marca (sin necesidad de sacar del mercado la que ya tenemos), por ejemplo, una nueva marca dedicada a otro tipo de mercado, por ejemplo, uno de mayor poder adquisitivo.

ESTRATEGIAS PARA EL PRECIO

El precio es el valor monetario que le asignamos a nuestros productos al momento de ofrecerlos a los consumidores. Algunas estrategias que podemos diseñar, relacionadas al precio son:

- lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo, para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida, o podamos hacerlo rápidamente conocido.
- lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto, para que, de ese modo, podamos aprovechar las compras hechas como producto de la novedad.
- lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto, para que, de ese modo, podamos crear una sensación de calidad.
- reducir el precio de un producto, para que, de ese modo, podamos atraer una mayor clientela.
- reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que, de ese modo, podamos bloquearla y ganarle mercado

ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

Utilizaremos las siguientes estrategias

- página web
- muestreo al cliente con catálogo de producto visita a la página web y muestra de nuestros productos
- anuncios en periódicos
- anuncios en radio
- stand con pendón en el local del cliente

DESARROLLO DE LA MARCA

La nuestra marca se desarrolló primeramente pensando en la innovación que nuestro producto puede dar en el mercado no dejando atrás la intención que queremos traer a la hora de cuidar el medio ambiente utilizando colores tipo medio ambiente queremos que nuestros consumidores lo primero que capten de nuestra marca es la necesidad de cuidar el medio ambiente y pues como más cuidándolo que comprando uno de nuestro productos

MARCA



SLOGAN

LLENA DE VIDA TU HOGAR

Encuestas

Nombre del encuestador: Diana carolina castaño campos

Nº de encuestador:01

Nombre del encuestado: William Andrés enciso

Nº de encuesta: 01

Hora de comienzo: __ : __

Hora de finalización: __ : __

Edad 26

Sexo

<input checked="" type="checkbox"/>	Hombre	<input type="checkbox"/>	Mujer
-------------------------------------	--------	--------------------------	-------

1.- En una escala del 1 al 6, dónde 6 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante"

¿Cómo de interesantes son para ud los muebles hechos de insumos reciclables.?

1	2	3	4	5	6
		x			

2.- ¿Cuál o cuáles de las siguientes características le atraen del producto?

Funcionalidad Facilidad de uso De moda [Otras variables] Ninguna de las anteriores

Otra (por favor, especifique)

Sirve para decorar varios sitios de la casa

3.- ¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto?

Internet Almacenes [Otros lugares] Otro (por favor, especifique) _____

4.- ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el producto?

E-mail Correo postal Televisión Anuncios [Otro medio]

Otra (por favor, especifique)

5.- ¿Cuál o cuáles de las siguientes características no le atraen del producto?

No lo necesito Es muy caro Es difícil de usar [Otras variables]

Otra (por favor, especifique)

6.- Partiendo de la base que el producto está hecho de insumos reciclables... ¿cree usted que comprarlo aportaría al medio ambiente

- si
 no

7.- ¿Compraría este producto a un precio de \$300.000?

- Muy probablemente
 Probablemente
 Es poco probable
 No es nada probable
 No lo sé

8- considera usted que los colores utilizados en los muebles influyan en la personalidad del cliente

- si
 no
 tal vez
 No lo sé

9.- ¿Tiene algún comentario o sugerencia para [MUEBLES ECOLLANT] sobre el producto?

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta

Nombre del encuestador: Steven Ortiz Moreno	Nº de encuestador: 01
Nombre del encuestado: Yeimy Johana serrato	Nº de encuesta: 01
Hora de comienzo: __ : __	Hora de finalización: __ : __

Edad 25

Hombre	<input checked="" type="checkbox"/>	Mujer	<input type="checkbox"/>
--------	-------------------------------------	-------	--------------------------

Sexo

1.- En una escala del 1 al 6, dónde 6 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante"

1	2	3	4	5	6
		X			

¿Cómo de interesantes son para ud los muebles hechos de insumos reciclables.?

2.- ¿Cuál o cuáles de las siguientes características le atraen del producto?

Funcionalidad Facilidad de uso De moda [Otras variables] Ninguna de las anteriores

Otra (por favor, especifique)

Sirve para decorar varios sitios de la casa

3.- ¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto?

Internet Almacenes [Otros lugares] Otro (por favor, especifique): Almacene de cadena

4.- ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el producto?

E-mail Correo postal Televisión Anuncios [Otro medio]

Otra (por favor, especifique)

5.- ¿Cuál o cuáles de las siguientes características no le atraen del producto?

No lo necesito Es muy caro Es difícil de usar [Otras variables]

Otra (por favor, especifique)

6.- Partiendo de la base que el producto está hecho de insumos reciclables... ¿cree usted que comprarlo aportaría al medio ambiente

- si
- no

7.- ¿Compraría este producto a un precio de \$300.000?

- Muy probablemente
- Probablemente
- Es poco probable
- No es nada probable
- No lo sé

8- considera usted que los colores utilizados en los muebles influyan en la personalidad del cliente

- si
- no
- tal vez
- No lo sé

9.- ¿Tiene algún comentario o sugerencia para [MUEBLES ECOLLANT] sobre el producto?

no

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta

Nombre del encuestador: Steven Ortiz Moreno

Nº de encuestador: 01

Nombre del encuestado: German matiz

Nº de encuesta: 01

Hora de comienzo: __ : __

Hora de finalización: __ : __

Edad 29

Sexo

<input checked="" type="checkbox"/>	Hombre	<input type="checkbox"/>	Mujer
-------------------------------------	--------	--------------------------	-------

1.- En una escala del 1 al 6, dónde 6 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante"

1	2	3	4	5	6
		X			

¿Cómo de interesantes es para ud los muebles hechos de insumos reciclables.?

2.- ¿Cuál o cuáles de las siguientes características le atraen del producto?

Funcionalidad Facilidad de uso De moda [Otras variables] Ninguna de las anteriores

Otra (por favor, especifique)

Sirve para decorar varios sitios de la casa

3.- ¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto?

Internet Almacenes [Otros lugares] Otro (por favor, especifique) :

4.- ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el producto?

E-mail Correo postal Televisión Anuncios [Otro medio]

Otra (por favor, especifique)

5.- ¿Cuál o cuáles de las siguientes características no le atraen del producto?

No lo necesito Es muy caro Es difícil de usar [Otras variables]

Otra (por favor, especifique)

Nunca lo e usado y es muy difícil a acostumbrarse al producto

6.- Partiendo de la base que el producto es hecho de insumos reciclables... ¿cree usted que comprarlo aportaría al medio ambiente

- si
- no

7.- ¿Compraría este producto a un precio de \$300.000?

- Muy probablemente
- Probablemente
- Es poco probable
- No es nada probable
- No lo sé

8- considera usted que los colores utilizados en los muebles influyan en la personalidad del cliente

- si
- no
- tal vez
- No lo sé

9.- ¿Tiene algún comentario o sugerencia para [MUEBLES ECOLLAN] sobre el producto?

no

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta