

ATHRON (página web)

JHONATAN ANDRÉS GUASCA SÁNCHEZ

Programa de ingeniería electrónica

ASESOR: ADRIANA TUSO

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

Escuela de ingeniería

INGENIERÍA ELECTRÓNICA

Bogotá D.C.

2018

Abstract

Se realiza un estudio de mercadeo en base a una idea de negocio llamada ATRHON, con el fin de encontrar una viabilidad de negocio, empleando el análisis de PESTEL concluyendo si se puede o no llevar a cabo su entrada al mercado y a qué tipo de mercado llegaría, realizando un sondeo y segmentación de mercado por medio de encuestas, a clientes potenciales en donde se determinara si serian usuarios del servicio que se ofertara.

Lista de figuras

Figura 1.....	11
Figura 2.....	11
Figura 3.....	11
Figura 4.....	12
Figura 5.....	12
Figura 6.....	12
Figura 7.....	13
Figura 8.....	13
Figura 9.....	13
Figura 10.....	14
Figura 11.....	14
Figura 12.....	18
Figura 13.....	18
Figura 14.....	19
Figura 15.....	19

Tabla de contenidos

Introducción.....	5
Análisis PESTEL.....	6
Política.....	6
Economía.....	6
Socio-cultura.....	6
Tecnología.....	7
Ecología.....	7
Legal.....	7
Segmentación del mercado.....	8
Geografía.....	8
Demografía.....	8
Psicograficos.....	8
Conductual.....	8
Encuesta.....	9
Resultados encuesta.....	9
Análisis resultados.....	14
Plan de marketing.....	15
Matriz DOFA.....	15
Sector económico.....	16
Factores determinantes.....	16
Imagen corporativa.....	17
Logo.....	17
Eslogan.....	17
Prototipo.....	17
Referencias bibliográficas.....	20

Introducción

Se evidenciara el trabajo realizado en el transcurrir del semestre académico en la materia opción de grado 2, referente a una idea de negocio rentable, esta idea es una tienda virtual, la cual es orientada a los estudiantes de ingeniería electrónica de la sede centro de la CUN.

Para la realización del trabajo se tiene una asesoría de la profesora encargada de la materia, la cual guía y explica al estudiante para que utilice las herramientas necesarias como métodos de investigación para determinar qué tan viable resulte la idea de negocio, identificado tanto debilidades como fortalezas que se puedan explotar y aprovechar, aprender a seleccionar y dirigir el producto, servicio, etc... al público y clientes indicados, y el cómo llegar a ellos para que se interesen en adquirir esa idea de negocio.

Análisis PESTEL

Este análisis es una herramienta que clasifica los factores influyentes en el desarrollo de una empresa, este se divide en Política, Economía, Socio-cultural, Tecnología, Ecología y Legal los cuales se van a trabajar a continuación.

Política.

En Colombia hay un sistema de gobierno democrático, en su constitución política se expresa que se puede tener una actividad económica privada libre, donde también dice algunos derechos como deberes al momento de crear su propia empresa o actividad económica, como lo son libre competencia económica, y leyes que protegen el libre desarrollo y posicionamiento en el mercado de las empresas, como también obligaciones las cuales depende de la actividad que vaya a realizar la empresa en proyecto.

Economía

La variable macroeconómica de Colombia indica que creció un 1.8% en 2017 y se proyecta que subirá al 2.6% en 2018 lo cual significa un buen índice de actividad de una empresa.

El jueves, cinco de junio, se conoció que el Índice de Precios al Consumidor (IPC), en solo el sexto mes de este año, registró una variación de 0,15% en comparación con el dato de hace un año cuando fue de 0,11%, de acuerdo con el más reciente informe del Dane. (Dinero.com, s.f.). Esto es importante ya que representa el un impuesto más alto por lo tanto perjudica a una empresa en su actividad aunque no sea tan representativo ese incremento.

Socio-cultura

El servicio que se ofrece a los estudiantes del programa de ingeniería electrónica de la CUN, estos se encuentran en un estrato social entre 2 y 3. Se busca que cualquier persona no importa el sexo que realice estas actividades pueda tener libre acceso a la distribución que se realizara en la tienda virtual de la empresa.

Tecnología

En el país las nuevas tecnologías empiezan a tomar un papel importante “Colombia está en la ruta de la Transformación Digital, pero con retos muy interesantes todavía en materia de infraestructura de comunicaciones, de apropiación TIC y de comercio electrónico”, dice la viceministra de TIC (dinero.com, s.f.). esto representa un futuro prometedor en el mercado, porque la empresa busca participar como distribuidor del sector tecnológico.

Ecología

Aplicaran las leyes ambientales correspondientes para su debido cumplimiento dado por el país.

Legal

Se trabajara bajo las normas a la que la empresa clasifique y se cumplirá con las exigencias, como también se hará uso en dado caso de beneficios y derechos proporcionados por la ley.

..

Segmentación del mercado

Divide el mercado en grupos y características, necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada para cada grupo o variable objetivo.

Geográfica

La empresa estará ubicada en la ciudad de Bogotá-Colombia y manejará el código postal código asignado a la capital.

Demografía

Se brindará el servicio a los estratos presentes en el programa de ingeniería electrónica de la (CUN) en la ciudad de Bogotá con el fin de tener un amplio campo de accesibilidad al servicio, viene dirigida a estudiantes, trabajadores empíricos y profesionales en la rama de tecnología electrónica

Psicograficos

No afecta este factor en los intereses de la empresa.

Conductual

Se busca ofrecer un servicio y productos de calidad, lo que permita y busque adquirir una confiabilidad en la empresa del cliente o usuario que participe en nuestra actividad.

ENCUESTA

Resultados encuesta

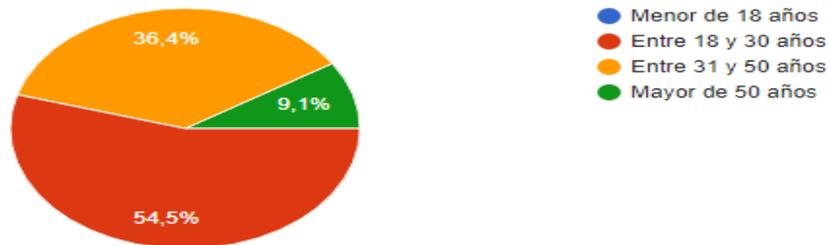
1. Edad:	2. Genero:	3. Estrato social	4. ¿Cuál es su nivel de educación actual?	5. ¿Cuál es su ocupación actual fuera de estudiante?	6. ¿con que frecuencia se dirige a las tiendas a comprar componentes para sus proyectos ?	7. ¿Ah realizado compras por internet ?	8. ¿como califica la compra virtual de componentes electrónicos ?	9. ¿conoce tiendas virtuales electronicas ?	10. ¿apoyaría una idea que ayude optimizar tiempo en la compra de componentes ?	11. ¿considere que emplear herramientas virtuales le trae beneficios en su vida?
Entre 18 y 30 años	Masculino	2	Bachillerato (6° a 11°)	Estudiante	siempre	SI	interesante	muchas	si	si
Entre 31 y 50 años	Femenino	2	Bachillerato (6° a 11°)	Empledo	siempre	SI	interesante	muchas	si	si
Entre 31 y 50 años	Masculino	2	Tecnico o Tecnologo	Empledo	siempre	SI	interesante	muchas	si	si
Entre 18 y 30 años	Femenino	2	Bachillerato (6° a 11°)	Amo(a) de casa	siempre	NO	interesante	muchas	si	si
Entre 18 y 30 años	Femenino	3	Pregrado	Independiente	nunca	NO	interesante	muchas	si	si
Entre 31 y 50 años	Masculino	3	Posgrado	Empledo	siempre	NO	poco interesante	algunas	si	mas o menos
Entre 31 y 50 años	Femenino	2	Bachillerato (6° a 11°)	Amo(a) de casa	a veces	NO	interesante	algunas	si	si
Mayor de 50 años	Masculino	2	Prescolar (1° a 5°)	Jubilado	a veces	SI	interesante	muchas	si	si
Entre 18 y 30 años	Masculino	2	Pregrado	Estudiante	a veces	NO	interesante	algunas	si	si
Entre 18 y 30 años	Femenino	3	Pregrado	Independiente	siempre	NO	interesante	algunas	si	si
Entre 18 y 30 años	Masculino	3	Pregrado	Independiente	a veces	NO	interesante	muchas	si	si

Tabla 1.

Figura 1

1. Edad:

11 respuestas

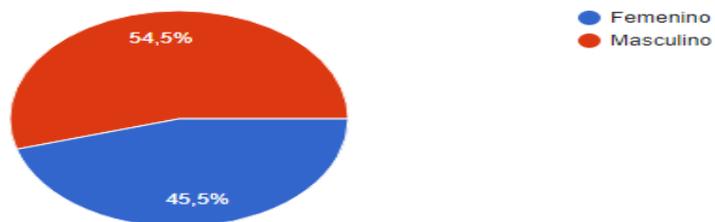


Se hayo que el 54,5% de los estudiantes encuestados se encuentran entre los 18 a 30 años de edad.

Figura 2.

2. Genero:

11 respuestas

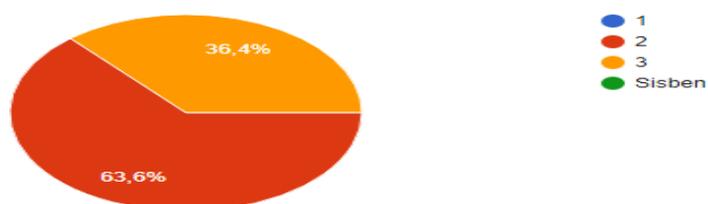


Se encontró que el 54,5 % de los encuestados son hombres lo que puede representar una mayoría de estudiantes masculinos presentes en la carrera.

Figura 3.

3. Estrato social

11 respuestas

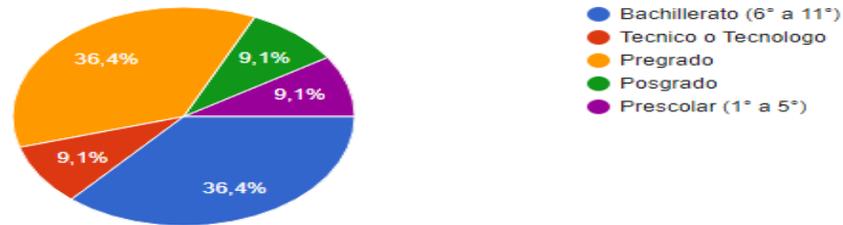


Se puede decir que el 63,6% de los estudiantes encuestados se encuentran en el estrato social No. 2 y el otro porcentaje en el estrato No.3 lo cual permite establecer un rango de estrato al cual se puede enfocar el proyecto.

Figura 4.

4. ¿Cuál es su nivel de educación actual?

11 respuestas



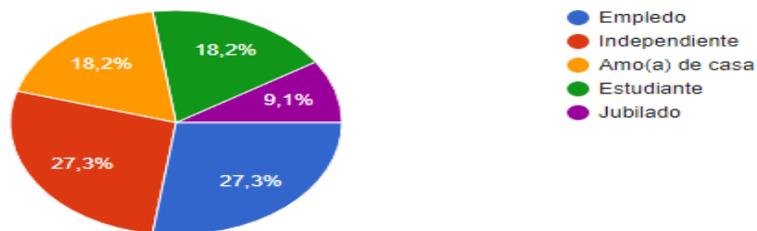
Se
hayo
que el

bachillerato y el pregrado fueron los que más resaltaron con el 36,4% cada uno, y el resto de dio equitativamente con un 9,1%.

Figura 5.

5. ¿Cuál es su ocupación actual fuera de estudiante?

11 respuestas

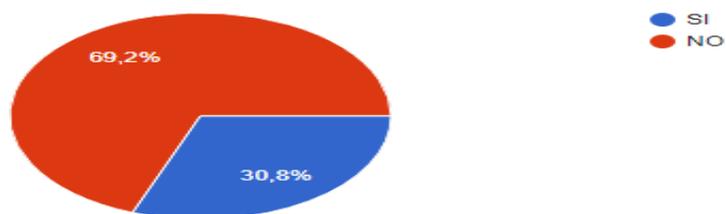


Se observa que el 54,6% de los estudiantes tienen trabajo lo cual les dificulta y reduce tiempo para las actividades y adquisición de los materiales.

Figura 6.

¿ Ah realizado compras por internet ?

13 respuestas

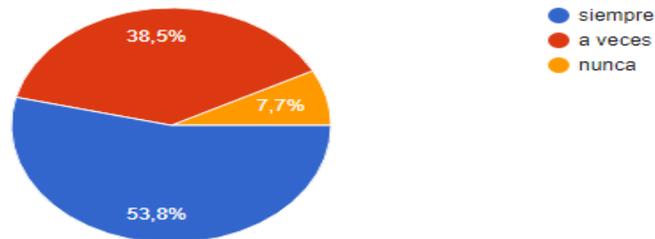


Menos 31% de los estudiantes encuestados realizan compras por internet lo cual representa una minoría que realiza esta actividad.

Figura 7.

¿con que frecuencia se dirige a las tiendas a comprar componentes para sus proyectos ?

13 respuestas

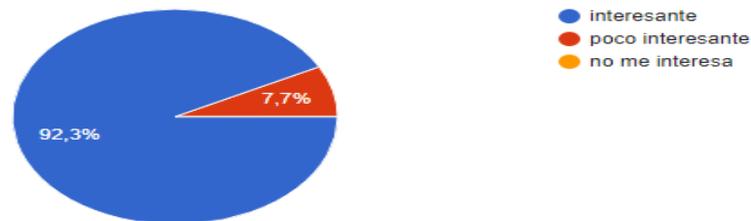


Se observa que solo un 7,7% de los encuestados no se dirige a las tiendas para adquirir sus materiales de proyectos o laboratorios.

Figura 8.

¿como califica la compra virtual de componentes electrónicos?

13 respuestas

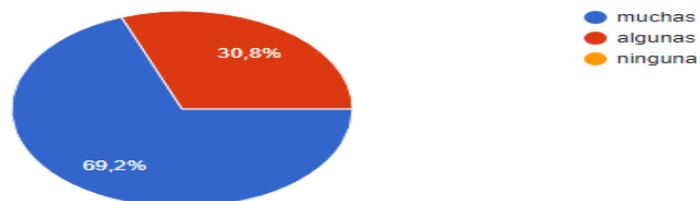


Se hayo que un 0% no le interesa la comprar virtual de componentes electrónicos, y que a un 92,3% les resulta llamativa e interesante esta actividad.

Figura 9.

¿conoce tiendas virtuales electronicas?

13 respuestas

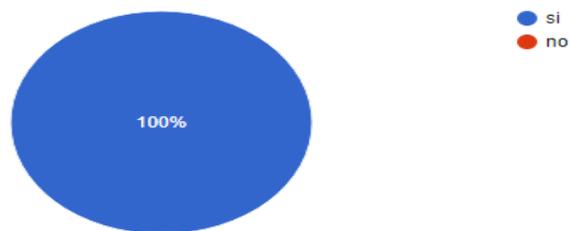


El 69,2% de las personas encuestadas conocen tiendas virtuales electrónica

Figura 10.

¿apoyaría una idea que lo ayude optimizar tiempo en la compra de componentes ?

13 respuestas

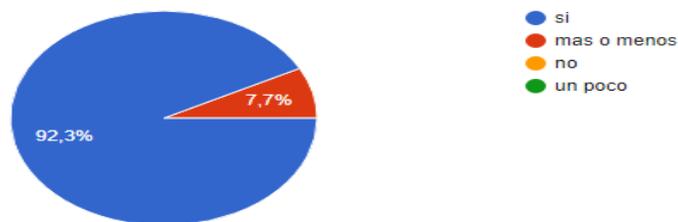


El 100% de los estudiantes encuestados se encuentran dispuestos a apoyar una idea de negocio que les permita ahorrar tiempo en desplazamiento

Figura 11.

¿considera que emplear herramientas virtuales le trae beneficios en su vida?

13 respuestas



El 92.3% de los encuestados están de acuerdo que las herramientas virtuales son útiles en la vida actual.

Análisis de resultados de la encuesta

Por medio de la encuesta se puede saber que el 54,5% de los encuestados que más se presenta es entre los 18 a 31 años, los clientes potenciales se encuentran en su mayoría con el 64.3% en el estrato 2 y el restante están en el estrato 3 lo cual permite establecer la población a la que se puede enfocar el proyecto. Estas personas fuera de ser estudiantes, el 54,6% de ellos trabajan por lo que se puede determinar que no poseen tiempo entre el desplazamiento del trabajo al estudio. Por esta razón se ve reflejado que estarían dispuestos a apoyar y utilizar una herramienta virtual que les ahorre este desplazamiento a las tiendas para poder adquirir sus elementos para las prácticas de laboratorio y proyectos universitarios.

Esto indica que la implementación de esta página web como una tienda virtual resulta viable hacia los clientes potenciales previamente establecidos, debido a los beneficios que les ofrece, como la entrega de componentes a la hora que se necesitan, evitando perder tiempo en desplazamientos hasta el punto de compra, el cual lo podrían aprovechar en otras actividades.

Plan de marketing

Matriz DOFA

Debilidades	Oportunidades
Recursos financieros Infraestructura Poder darse a conocer No conseguir el impacto esperado	Alta demanda Clientela dirigida Contacto constante con el cliente Oferta amplia de componentes
Fortalezas	Amenazas
Conocimiento del cliente Efectividad en la entrega del pedido Fácil manejo del servicio Responsabilidad Compromiso con el cliente	Precios Competencias en el mercado Defectos en el producto No satisfacción del cliente

Tabla 2.

Sector económico

Empresa dedicada a la distribución de componentes electrónicos para los estudiantes de la facultad de ingeniería electrónica de la (CUN), esto se realizara por medio de una tienda virtual, en donde se llevaran a cabo los pedidos y el horario solicitado para la entrega de los productos, llegando a satisfacer las expectativas del cliente y vuelva a utilizar nuestro servicio.

Factores determinantes.

La clientela objetivo son los estudiantes de la facultad de ingeniería electrónica y personas que necesiten el servicio, en este servicio se encuentran algunas páginas que son competencias directa como los <https://www.electan.com/componentes-electronicos-c-352.html>(ELECTAN), [http://www.microelectronicos.com/\(MICROELECTRONICA\)](http://www.microelectronicos.com/(MICROELECTRONICA)), la página se dará a conocer por voz a voz por los estudiantes.

La imagen de la empresa se verá representada a través de la una página web, esta página web tendrá los componentes a distribuir.

El plus que presenta la página web es que se brinda una pestaña de contacto donde se podrá establecer el horario preferido de entrega por el cliente, no como las demás páginas que generan una entrega de estimación de llegada que puede llegar a variar entre unos días a demorarse más del promedio establecido. La facultad cuenta con alrededor de 250 estudiantes de los cuales se quiere alcanzar un mínimo del 80% vallan a utilizar el servicio, y poder trabajar para tener al 100% de los estudiantes.

Se brindaran ofertas de descuento por una cantidad al por mayor de un producto en específico, como también el envío gratis por una comprar de facturación alta. Los precios se determinaran por el valor de adquisición y el costo de operación.

IMAGEN CORPORATIVA

Logo



Figura 12.

Eslogan ----“ENFOCADOS AL ÉXITO”

PROTOTIPO

Inicio

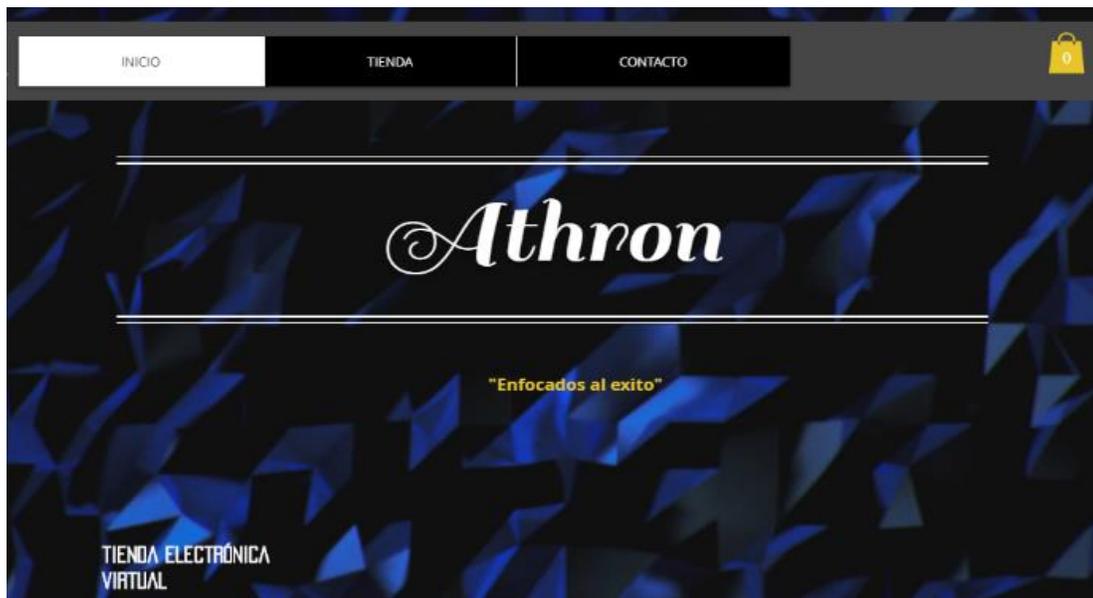


Figura 13.

REFERENCIAS BIBLOGRAFICAS

- *dinero.com.* (s.f.). Obtenido de <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/tendencias-de-tecnologia-mas-importantes-en-colombia/254681>
- *Dinero.com.* (s.f.). Obtenido de <https://www.dinero.com/economia/articulo/inflacion-en-colombia-en-junio-de-2018/260000e>. (s.f.).
- *EL ESPECTADOR.* (s.f.). Obtenido de <https://www.elespectador.com/economia/colombiana-crecio-18-en-2017-y-seguira-haciendolo-en-2018-en-26-cepal-articulo-728414>