

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Vislumbra

Trabajo de grado

María Alejandra Herrera Polanía

Gustavo Alejandro Moreno Munevar

Lesly Alejandra Romero Sandoval

Bogotá D.C.

2022

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Vislumbra

Trabajo de Grado

María Alejandra Herrera Polanía

Gustavo Alejandro Moreno Munevar

Lesly Alejandra Romero Sandoval

Raúl Sanabria

Administración de Negocios Internacionales

Administración de Empresas

Bogotá D.C

2021

Tabla de contenido

1.PITCH	8
2.NECESIDAD DEL MERCADO DESTACADO	9
3.CONCEPTO DE PRODUCTO.....	9
4.IMPACTO DEL PRODUCTO EN EL CONSUMO	10
4.1 Consumo	10
4.2 Producción	11
7.VISIÓN DE LA EMPRESA	13
8.PRESENTACIÓN DEL SEGMENTO DE CLIENTES.....	13
10.POSICIONAMIENTO DE LA MARCA	15
11.PROPUESTA DE VALOR.....	16
12.PRUEBA DE CONCEPTO DE PRODUCTO E INTENCIÓN DE COMPRA.....	17
13.MODELO DE NEGOCIO	27
14.UNIDAD ESTRATÉGICA	29
14.1 Propuesta de valor.....	29
14.2 Segmento de clientes.....	30
14.3 Canales de ventas.....	30
14.4 Relación de los clientes.....	30
14.5 Fuentes de ingreso.....	30
14.6 Recursos clave	31
14.7 Actividad clave	31
14.8 Socios clave	31
14.9 Estructura de costos	32
15.PRESENTACIÓN DEL INSIGHT IDENTIFICADO.....	32
17.ARQUETIPO DE MARCA	33
17.1 Guerrero	34
17.2 Creador.....	34
18.TERRITORIO DE NEGOCIO: LIBRE EXPRESIÓN.....	34
19.COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA.....	35
21.CONCEPTO GENERAL.....	36
22.STORYTELLING.....	37
24.PLAN DE MARKETING.....	38
24.1 Objetivo 1.....	38
24.1.1 Tener una granja de impresoras	38

24.2 Objetivo 2.....	39
24.2.1 Crear una página web interactiva.....	39
24.3 Objetivo 3.....	39
24.3.1 Lograr expansión a nivel nacional	40
24.4 Objetivo 4.....	40
24.4.1 Aumentar el catálogo de productos.....	40
24.5 Objetivo 5.....	41
24.5.1 Crear comunidad.....	41
24.6 Objetivo 6.....	41
24.6.1 Volver más eficiente la logística de materias primas.....	42
25.CONCEPTO DE CAMPAÑA	42
26.LOOK AND FEEL DE CAMPAÑA	43
28.CONCLUSIONES	45

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1: logo y producto de vislumbra	10
Ilustración 2: atributos, beneficios y valores del producto	11
Ilustración 3: segmento de clientes (funnel)	13
Ilustración 4: mapa de perfil de clientes	14
Ilustración 5: posicionamiento de la marca	15
Ilustración 6: mapa de empatía	16
Ilustración 7: ¿cuál es su género?	17
Ilustración 8: ¿en qué rango de edad se encuentra?	17
Ilustración 9: ¿cuál es su nivel de ingreso mensual?	18
Ilustración 10: según sus recibos públicos ¿en qué estrato está usted clasificado?	18
Ilustración 11: ¿cuál es su ocupación?	19
Ilustración 12: al momento de comprar una maceta ¿qué es lo primero que tiene en cuenta?	19
Ilustración 13: al momento de comprar una lámpara ¿qué es lo primero que tiene en cuenta?	20
Ilustración 14: ¿dónde suele comprar sus macetas?	20
Ilustración 15: ¿conoce alguna marca de macetas?	21
Ilustración 16: si su respuesta anterior fue sí, por favor mencione la/s marca/s.....	21
Ilustración 17: ¿conoce alguna marca de lámparas?	22
Ilustración 18: si su respuesta anterior fue sí, por favor mencione la/s marca/s.....	22
Ilustración 19: al momento de comprar algún artículo ¿es importante para usted que sea amigable con el medio ambiente?	23
Ilustración 20: ¿ha escuchado que es pla y cuales son sus beneficios?	24
Ilustración 21: teniendo en cuenta la siguiente imagen ¿cuál es el tamaño ideal de la maceta para usted?	24

Ilustración 22: teniendo en cuenta la siguiente imagen ¿qué tipo de lámpara prefiere?.....	25
Ilustración 23: ¿le gustaría adquirir lámparas y/o macetas personalizadas como las que ve a continuación?.....	25
Ilustración 24: si su respuesta fue sí ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por una maceta?.....	26
Ilustración 25: ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por una lámpara?.....	26
Ilustración 26: modelo de negocio (canvas)	28
Ilustración 27: unidad estratégica	29
Ilustración 28: página web interactiva	35
Ilustración 29: instagram de vislumbra.....	43

Resumen

Vislumbra es un emprendimiento dedicado a la fabricación de macetas y lámparas personalizadas en impresión 3D, es una marca que resalta la libre expresión de cada persona, así como su lado innovador y creativo. De acuerdo con esto, se realizó una investigación de mercados por medio de diferentes encuestas, al igual que diferentes análisis sobre la marca y su entorno para establecer que es lo mejor para este nuevo emprendimiento y cual debe ser su mejor enfoque; se aplicaron diferentes conceptos teóricos los cuales fueron conduciendo el proyecto hasta poder lograr algo sólido y que puede ponerse en práctica con facilidad. Dado esto, se determinó el público al cual se quiere llegar, la propuesta de valor que se quiere mostrar y la esencia principal del proyecto.

Palabras clave: Impresión 3D, PLA, libre expresión, diseño, creatividad.

Abstract

Vislumbra is a venture dedicated to the manufacture of pots and lamps customized in 3D printing, it is a brand that highlights the free expression of each person, as well as their innovative and creative side. Accordingly, a market research was conducted through different surveys, as well as different analyses about the brand and its environment to establish what is best for this new venture and what should be its best approach; different theoretical concepts were applied which were driving the project to achieve something solid and that can be implemented easily. Given this, the target audience, the value proposition to be shown and the main essence of the project were determined.

Keywords: 3D printing, PLA, free expression, design, creativity.

1. PITCH

En los últimos años comenzó una tendencia en el mundo por el cuidado del medio ambiente, adicionalmente la gente comenzó a decorar sus hogares y oficinas con una vegetación simple pero bonita y a su vez surgieron nuevas ideas artísticas, es por este motivo que se nos ocurrió la idea de plasmar todo eso en dos productos esenciales, el primero es una lámpara y el segundo una maceta, que a pesar de ser productos muy simples los pudimos convertir en algo innovador.

Vislumbra es una empresa dedicada al manejo y diseño de impresión 3D. La compañía se especializa en la producción de accesorios para la oficina y el hogar, específicamente lámparas y macetas; estos artículos se fabrican en PLA, el cual está hecho a base de maíz, lo cual hace que sea biodegradable y ayuda a cuidar el medio ambiente. Al ser impresiones, los productos son únicos, ya que se hacen de acuerdo con las preferencias del cliente y sus necesidades (IMPRIME3DE, 2017).

Las macetas de hoy en día son muy básicas, vienen unicolores, no suelen ser muy atractivas y el material no es muy resistente, por esta razón nosotros decidimos utilizar un método innovador, como lo es la impresión 3d; con este método podemos diseñar y crear una maceta totalmente única, con diseños totalmente personalizados y al mismo tiempo utilizar un material biodegradable procedente de recursos vegetales llamado PLA, el cual es un

polímero a base de maíz que no daña el medio ambiente y a su vez nos provee de un material muy resistente (Lucia C, 2019).

Para el caso de las lámparas, se puede encontrar más variedad que con las macetas, sin embargo, se encuentran diseños y estilos previamente establecidos; los materiales, aunque resistentes, son costosos, lo cual incrementa el precio de las lámparas.

Es por esto decidimos ofrecer productos completamente personalizados, siendo el cliente quien decida el diseño que prefiera de acuerdo con sus gustos y sus necesidades; nuestras lámparas se fabrican por medio de impresión 3D, al igual que las macetas, lo que nos permite total libertad creativa.

2. NECESIDAD DEL MERCADO DESTACADO

De acuerdo con la Pirámide de Maslow, la necesidad en la cual se enfocan nuestros productos es la de reconocimiento, esto debido a que son productos personalizados, lo cual los hace únicos y les da a las personas cierto sentimiento de estatus y de prestigio por tener algo poco común, innovador, más económico y que no encontrarán fácilmente en otros lugares.

3. CONCEPTO DE PRODUCTO

Vislumbra es una empresa dedicada al manejo y diseño de impresión 3D. La compañía se especializa en la producción de accesorios para la oficina y el hogar, específicamente lámparas y macetas; estos artículos se fabrican en PLA, el cual está hecho a

base de maíz lo que lo produce que sea biodegradable (IMPRIME3DE, 2017). Al ser impresiones, los productos son únicos, ya que se hacen de acuerdo con las preferencias del cliente y sus necesidades.

Ilustración 1: Logo y producto de Vislumbra



Fuente: Elaboración propia

4. IMPACTO DEL PRODUCTO EN EL CONSUMO

El impacto de las impresiones 3D es ambiental, este efecto se encuentra reflejado tanto en el consumo como en la producción (Lucia C, 2019)

4.1 Consumo

Al ofrecer un producto fabricado con plástico PLA se le dan a conocer a los clientes los beneficios y atributos brindados por este material, esto permite que los clientes hagan uso del producto de una manera responsable gracias a sus componentes y a la vida útil que estos tienen.

4.2 Producción

El plástico PLA se deriva de materias primas naturales, lo cual permite que sean menos inflamables y además esto permite que los productos sean biodegradables y compostables, para que a futuro no afecten el medioambiente.

5. DESCRIPCIÓN DE LOS ATRIBUTOS, BENEFICIOS Y VALORES DEL PRODUCTO

Ilustración 2: Atributos, beneficios y valores del producto

BENEFICIOS BUSCADOS Y ESCALA DE VALORES	
NECESIDAD	Decorar, armonizar e iluminar ambientes y tener productos únicos y ecoamigables
VALORES DEL USUARIO	Sentimiento de bienestar
	Agrado
	Responsabilidad ambiental
	Personalización
	Sentimiento vanguardista
FUNCIONAL- ECONOMICO-PSICOSOCIAL	
BENEFICIOS BUSCADOS	Dos productos en uno
	Contribución al medio ambiente
	Decoración y diseño
	Practicidad
ATRIBUTOS	Fácilidad de fabricación
	Resistencia a rayos UV
	Baja inflamabilidad
	Biodegradable



 DE AFUERA HACIA DENTRO (pointing down)

 POR QUE ES IMPORTANTE (pointing up)

Fuente: Elaboración propia

La necesidad principal que quiere cubrir el cliente al adquirir los productos de Vislumbra son, decorar, iluminar y conseguir algo que sea completamente diseñado a su gusto, ya que los valores que quiere resaltar son el sentimiento de bienestar, el agrado y la responsabilidad ambiental.

Para esto los beneficios que buscan y que ofrece Vislumbra son dos productos en uno (diseño e iluminación), contribución al medio ambiente, decoración, practicidad y vanguardia; dado que sus atributos principales son, la innovación, la facilidad de fabricación, la resistencia a rayos UV, la baja inflamabilidad y sus procesos de compostaje ya que son productos completamente biodegradables debido a que son fabricados en plástico PLA que es un material natural y renovable.

6. MISIÓN DE LA EMPRESA

Somos un emprendimiento que busca innovar en la elaboración de macetas y lámparas mediante la impresión 3D, implementando el uso de plástico PLA como un recurso sostenible y amigable con el medio ambiente con el fin de satisfacer al cliente y brindarle productos óptimos, sostenibles y auténticos.

7. VISIÓN DE LA EMPRESA

En el año 2026 queremos ser la empresa preferida por los clientes, siendo una de las empresas con mejor maquinaria y mayor sostenibilidad ambiental del mercado, expandiendo los productos ofrecidos mediante la impresión 3D y ampliando el mercado a clientes mayoristas.

8. PRESENTACIÓN DEL SEGMENTO DE CLIENTES

- Población Colombia: 50.339.443 Millones (Banco Mundial, 2019).
- Población Bogotá: 8.380.801 Millones (DANE, 2021).
- Población estratos 4, 5 y 6: 1.123.382 Millones (Banco Mundial, 2019; DANE, 2021)

Ilustración 3: Segmento de clientes (Funnel)

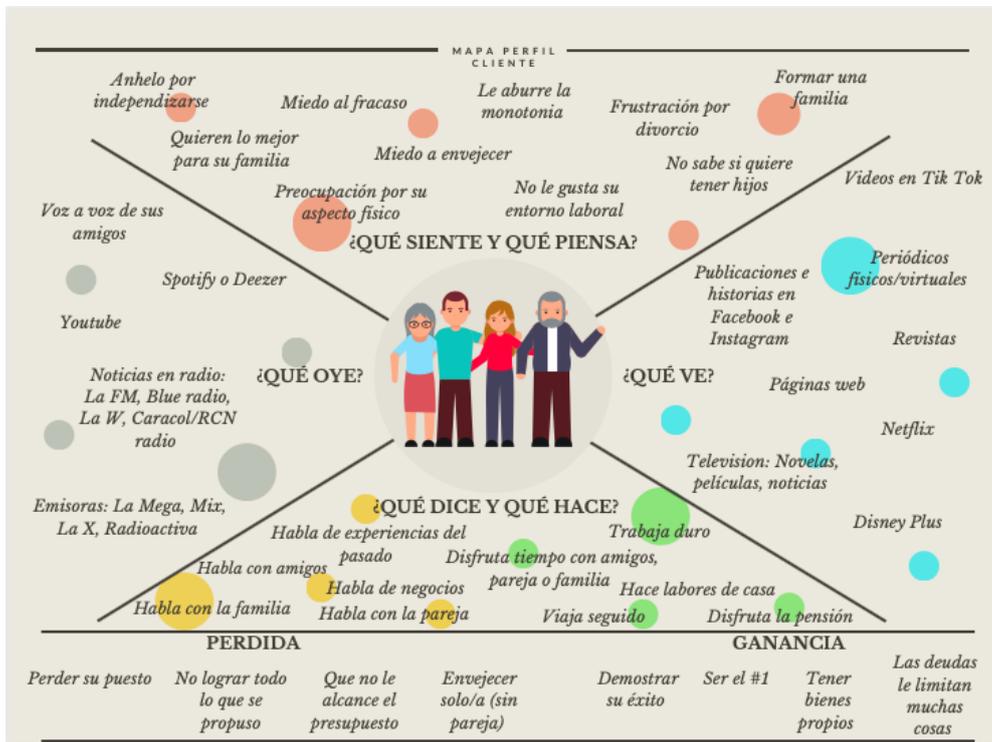


Fuente: Elaboración propia

Nuestros productos se venderán en Colombia, se empezará vendiendo principalmente en la ciudad de Bogotá, ya que es donde está ubicada la empresa, además de esto, nuestros productos irán dirigidos a personas entre los estratos socioeconómicos más altos, estos son 4, 5 y 6. De esta manera, conseguimos reducir nuestro segmento de clientes a un total de 1.123.382 personas.

9. MAPA DE PERFIL DE CLIENTES

Ilustración 4: Mapa de perfil de clientes



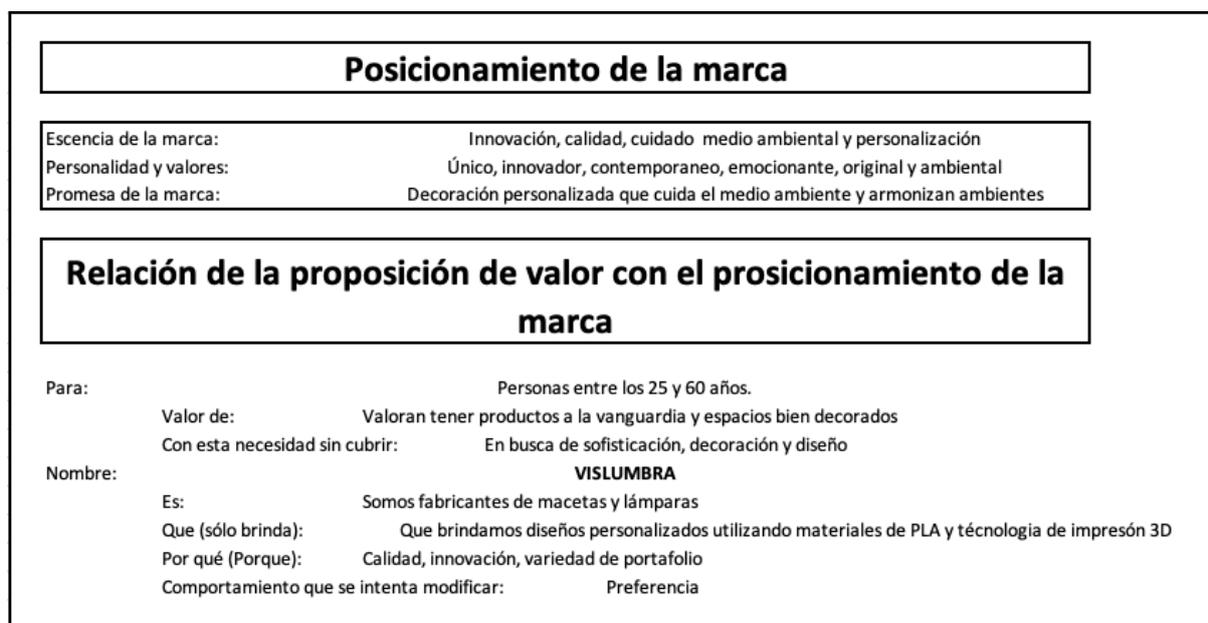
Fuente: Elaboración propia

Los productos de Vislumbra están enfocados principalmente en clientes entre los 20 y 50 años, los cuales tienen estabilidad económica, son pensionados o están empezando a vivir solos o ser independientes; con un alto interés por la decoración, innovación y cuidado al medio ambiente. Para esto se realizó un mapa del perfil del cliente con el fin de

profundizar más en sus vidas personales y de esa manera llegar a ellos de forma adecuada, como publicidad mediante variables como las que oye y ve o productos personalizados que se ajusten a sus otras variables o estilo de vida.

10. POSICIONAMIENTO DE LA MARCA

Ilustración 5: Posicionamiento de la marca

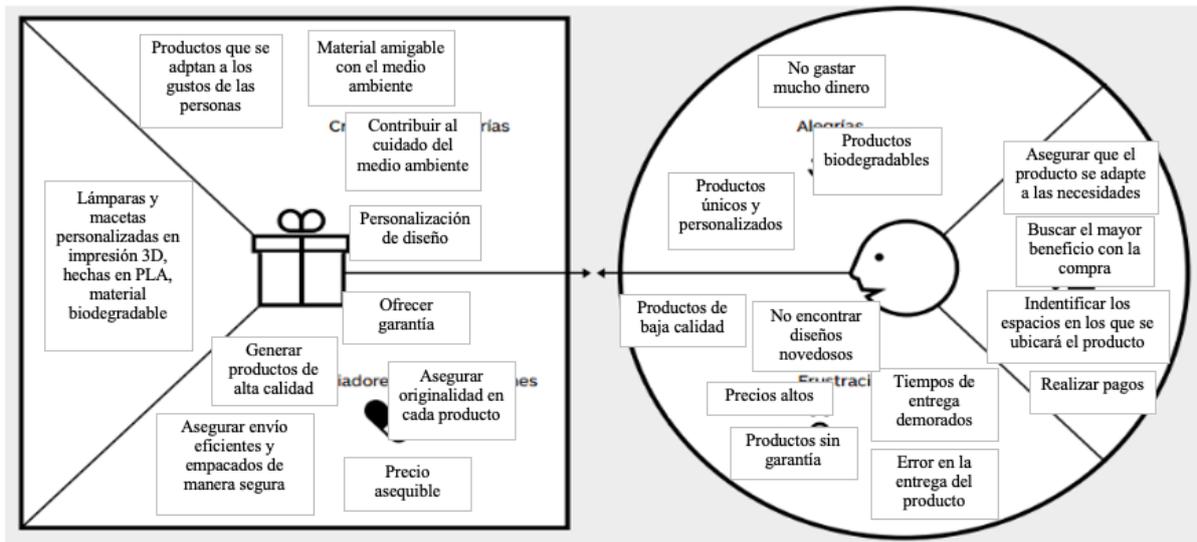


Fuente: Elaboración propia

Vislumbra es una marca que quiere ser reconocida mayormente por su innovación, calidad, cuidado medio ambiental y productos totalmente personalizados al gusto del cliente, para esto fábrica lámparas y macetas mediante la impresión 3D con el material de PLA que es completamente biodegradable, para ofrecer variedad de portafolio de acuerdo con la preferencia del cliente.

11. PROPUESTA DE VALOR

Ilustración 6: Mapa de empatía



Fuente: Elaboración propia

Según el mapa de empatía, se estableció como propuesta de valor el diseño personalizado de alta calidad, amigable con el medio ambiente a un precio asequible, de esta manera podemos observar que tenemos que mantener nuestros productos únicos y personalizados para de esta forma ser una opción diferente para los consumidores, es por eso que nuestro enfoque siempre será presentar modelos personalizados o nuevos a los consumidores; por último, agregamos un valor muy importante a nuestro producto y es mantener la calidad siendo un producto biodegradable.

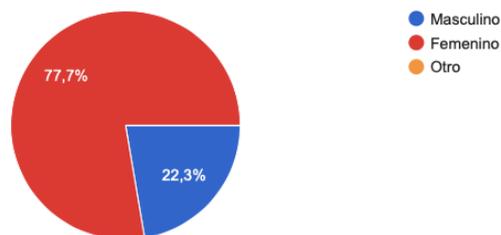
12. PRUEBA DE CONCEPTO DE PRODUCTO E INTENCIÓN DE COMPRA

Se realizan encuestas a diferentes personas con el fin de evaluar sus opiniones y percepciones sobre nuestro emprendimiento y nuestros productos, con esto se quería observar de mejor manera nuestro público objetivo y ver si se había definido correctamente desde el principio.

A continuación, se presentarán las respuestas obtenidas.

Ilustración 7: ¿Cuál es su género?

¿Cuál es su género?
94 respuestas



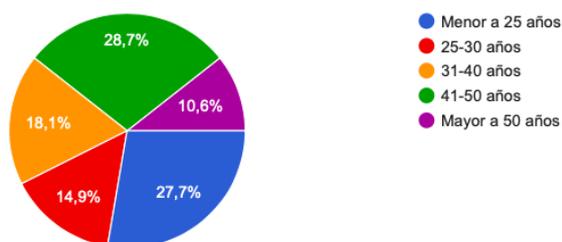
Fuente: Elaboración propia

Como se puede ver en la gráfica, se tuvo mejor aceptación por parte de la población femenina que masculina, ya que el diseño de artículos personalizados suele ser más llamativo para las mujeres.

Ilustración 8: ¿En qué rango de edad se encuentra?

¿En qué rango de edad se encuentra?

94 respuestas



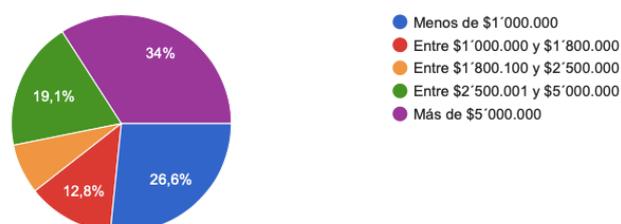
Fuente: Elaboración propia

La mayoría de la población a la cual le atrajeron nuestros productos se encuentran en un rango de edad entre los 20 y los 50 años, en esta edad las personas están más interesadas en buscar cosas nuevas y diferentes para decorar sus espacios, las personas menores de 20 años por lo general no tienen el poder adquisitivo para esto y las personas mayores a 50 años ya no están tan interesadas en decorar constantemente sus espacios.

Ilustración 9: ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?

¿Cuál es su nivel de Ingreso Mensual?

94 respuestas



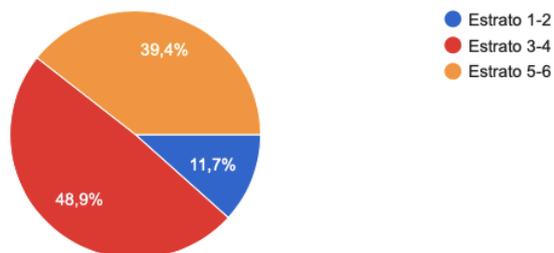
Fuente: Elaboración propia

Como se puede ver en la gráfica, la mayoría de las personas ganan más de 2.500.000 y menos de 1.000.000.

Ilustración 10: Según sus recibos públicos ¿En qué estrato está usted clasificado?

Según sus recibos públicos ¿En que estrato está usted clasificado?

94 respuestas



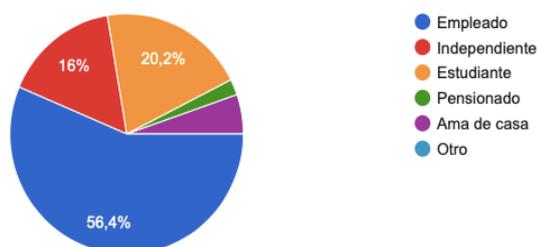
Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las personas se encuentran entre los estratos 3 y 6, estas personas son las que tienen mayor poder adquisitivo en la ciudad y que están más interesadas en adquirir bienes de lujo.

Ilustración 11: ¿Cuál es su ocupación?

¿Cuál es su ocupación?

94 respuestas



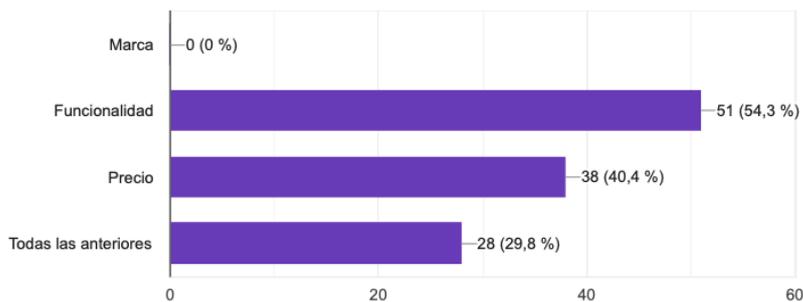
Fuente: Elaboración propia

Se puede ver que la gran mayoría de personas son empleados, aunque también hay un gran porcentaje de estudiantes y de personas independientes.

Ilustración 12: Al momento de comprar una maceta ¿Qué es lo primero que tiene en cuenta?

Al momento de la comprar una maceta ¿Qué es lo primero que tiene en cuenta?

94 respuestas



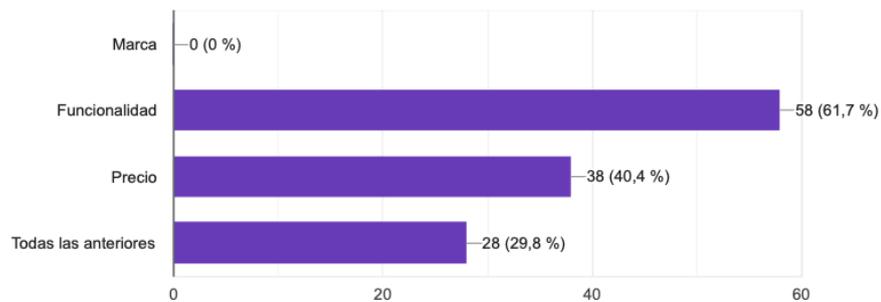
Fuente: Elaboración propia

La funcionalidad al ser sólo una, podemos observar que en este producto junto con el precio es lo más importante para los consumidores a la hora de conseguir una maceta.

Ilustración 13: Al momento de comprar una lámpara ¿Qué es lo primero que tiene en cuenta?

Al momento de comprar una lámpara ¿Qué es lo primero que tiene en cuenta?

94 respuestas



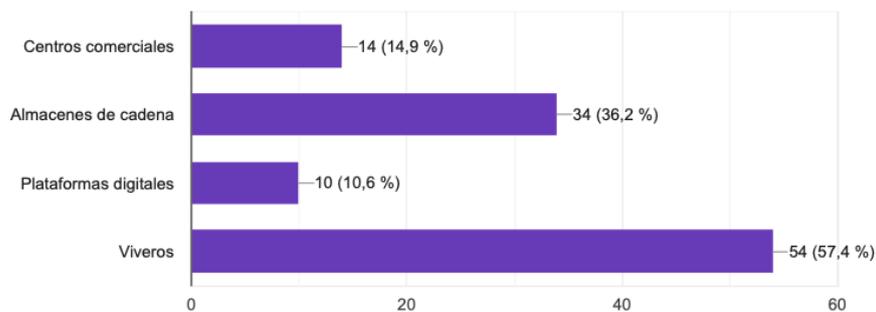
Fuente: Elaboración propia

Para los clientes lo más importante es la funcionalidad de las lámparas a la hora de la compra, aunque el precio también tiene mucha influencia en la decisión.

Ilustración 14: ¿Dónde suele comprar sus macetas?

¿En dónde suele comprar sus macetas?

94 respuestas



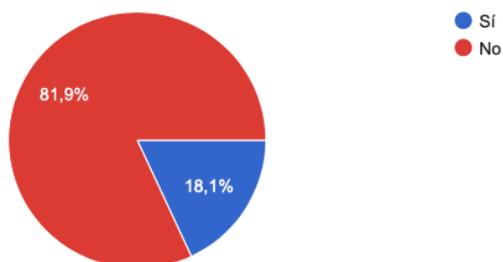
Fuente: Elaboración propia

Principalmente las personas van directamente a los viveros para conseguir sus macetas, ya que es el lugar principal de venta de estas.

Ilustración 15: ¿Conoce alguna marca de macetas?

¿Conoce alguna marca de macetas?

94 respuestas



Fuente: Elaboración propia

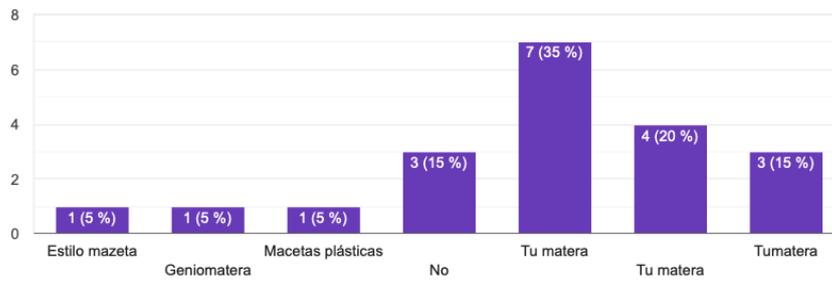
Debido a que la compra de macetas se realiza principalmente en viveros, no se conocen muchas marcas de macetas o empresas especializadas en esto.

Ilustración 16: Si su respuesta anterior fue sí, por favor mencione la/s marca/s

Si su respuesta anterior fue sí, por favor mencione la/s marca/s



20 respuestas



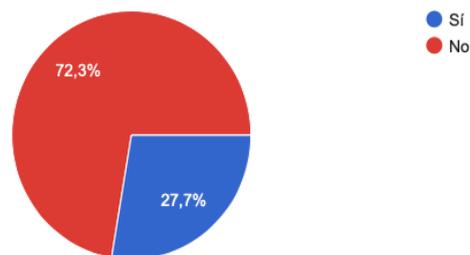
Fuente: Elaboración propia

La marca más reconocida de macetas para las personas es Tu matera, y se puede ver que no hay muchas marcas conocidas y las respuestas son pocas.

Ilustración 17: ¿Conoce alguna marca de lámparas?

¿Conoce alguna marca de lámparas?

94 respuestas



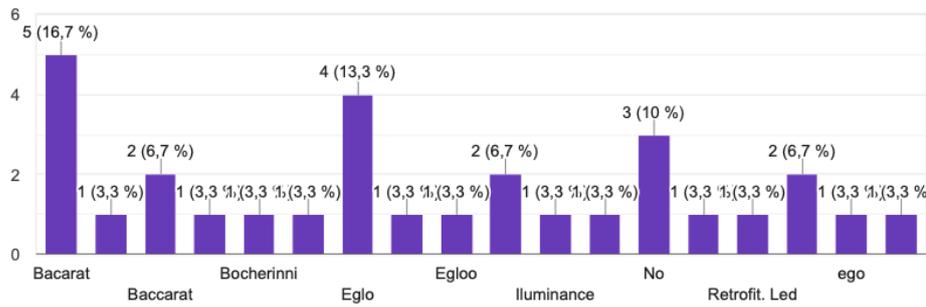
Fuente: Elaboración propia

Para el caso de las lámparas, es un poco mayor el porcentaje de personas que conocen alguna marca, sin embargo, sigue existiendo un gran desconocimiento.

Ilustración 18: Si su respuesta anterior fue sí, por favor mencione la/s marca/s

Si su respuesta anterior fue sí, por favor mencione la/s marca/s

30 respuestas



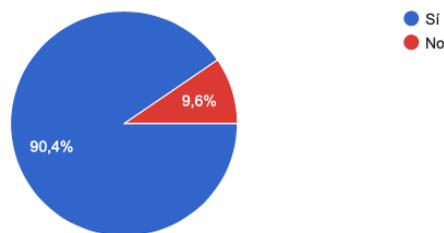
Fuente: Elaboración propia

La marca más reconocida fue Eglo, se puede ver que hay mayor variedad de marcas con respecto a las macetas, y más personas que conocen marcas de lámparas, lo cual nos ayuda a conocer mejor a nuestros posibles competidores.

Ilustración 19: Al momento de comprar algún artículo ¿Es importante para usted que sea amigable con el medio ambiente?

Al momento de comprar algún artículo ¿Es importante para usted que sea amigable con el medio ambiente?

94 respuestas



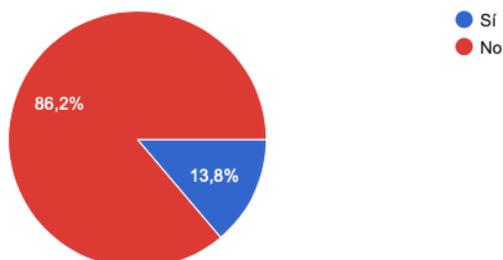
Fuente: Elaboración propia

Debido a que estamos en un momento en el cual es importante el cuidado del medio ambiente, las personas están empezando a buscar productos que se adapten a esto y contaminen muchos, es por esto QUE se están empezando a fijar en los materiales de los objetos que compran.

Ilustración 20: ¿Ha escuchado que es PLA y cuales son sus beneficios?

¿Ha escuchado que es PLA y cuales son sus beneficios?

94 respuestas



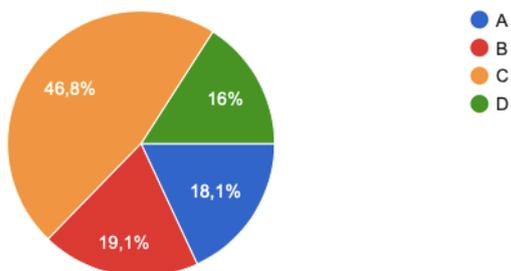
Fuente: Elaboración propia

Como se puede ver en el resultado de las encuestas, son pocas las personas que tienen conocimiento de lo que es el material PLA, esto significa que no sabrían en qué material se producen nuestros productos y sus características.

Ilustración 21: Teniendo en cuenta la siguiente imagen ¿Cuál es el tamaño ideal de la maceta para usted?

Teniendo en cuenta la siguiente imagen ¿Cuál es el tamaño ideal de una maceta para usted?

94 respuestas



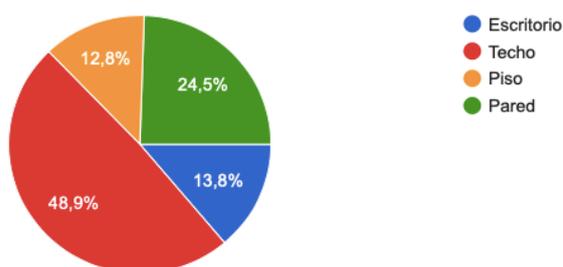
Fuente: Elaboración propia

Las macetas que las personas más prefieren son las de tamaño medio-grande, un tamaño de 55 cm de alto. Este tamaño se puede adaptar fácilmente a diferentes espacios, tanto interiores como exteriores.

Ilustración 22: Teniendo en cuenta la siguiente imagen ¿Qué tipo de lámpara prefiere?

Teniendo en cuenta la siguiente imagen ¿Que tipo de lámpara prefiere?

94 respuestas



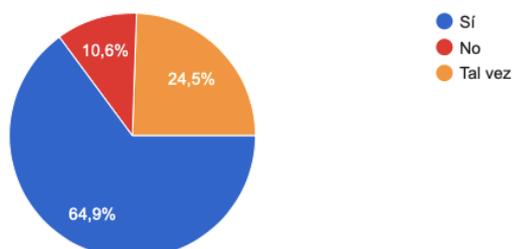
Fuente: Elaboración propia

Las personas prefieren las lámparas de techo, ya que estas ocupan menos espacio, pueden, por ejemplo, ubicarlas encima de la mesa del comedor y hacer más agradable el lugar sin necesidad de requerir un espacio amplio.

Ilustración 23: ¿Le gustaría adquirir lámparas y/o macetas personalizadas como las que ve a continuación?

¿Le gustaría adquirir lámparas y/o macetas personalizadas como las que se ven a continuación?

94 respuestas



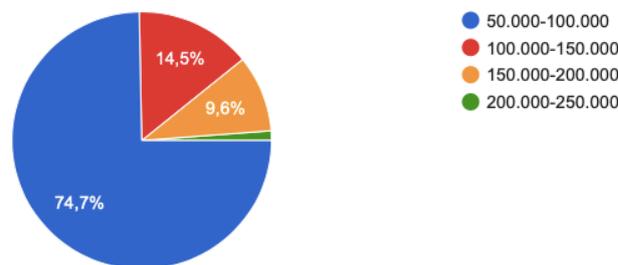
Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, la mayoría de las personas estarían interesadas en adquirir productos personalizados, sin embargo, hay varios que tienen dudas al respecto, tal vez porque no conocen o nunca han estado interesados en esto, prefieren algo simple y ya establecido con anterioridad.

Ilustración 24: Si su respuesta fue sí ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una maceta?

Si su respuesta fue sí ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una maceta?

83 respuestas



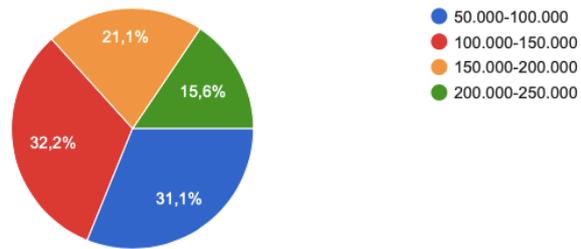
Fuente: Elaboración propia

En su gran mayoría, las macetas no son percibidas como artículos de alto valor, es por esto que la disposición a pagar no es muy alta, siendo entre 50.000 y 100.000 pesos.

Ilustración 25: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una lámpara?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una lámpara?

90 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Para el caso de las lámparas las disposiciones a pagar cambian un poco, ya que es más alta con respecto a las macetas, en su mayoría el rango de precios se encuentra entre 100.000 y 150.000.

13. MODELO DE NEGOCIO

Ilustración 26: Modelo de negocio (Canvas)



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el modelo Canvas se estableció que nuestra propuesta de valor es el diseño personalizado de lámparas y macetas de alta calidad, amigables con el medio ambiente y a un precio asequible. Nuestro segmento de clientes serán personas entre los 20 y los 50 años, siendo más llamativo para las mujeres (de acuerdo con los resultados de las encuestas), y dirigido a personas de estratos entre el 3 y el 6. Nuestro modelo de negocio será principalmente virtual, siendo los canales y el contacto con los clientes por medio de redes sociales, principalmente Instagram.

En cuanto a nuestros recursos clave, se necesita el PLA con el cual fabricamos nuestros productos, la impresora 3D y un ingeniero electrónico encargado del diseño eléctrico para las lámparas. Nuestros principales socios son nuestro proveedor de la materia prima

(PLA), una empresa de envío que se encargue de llevar los productos a los clientes y la plataforma Nequi, por medio de la cual se recibirán los pagos.

14. UNIDAD ESTRATÉGICA

Ilustración 27: Unidad estratégica

UNIDADES ESTRATÉGICAS									
Modelo de Negocios	Comercial	Logística	Mercadeo	Planeación	Investigación y Desarrollo	Financiera	Legal	Gestión Humana	Tecnología
Propuesta de Valor	✓		✓		✓			✓	✓
Segmento de Clientes	✓		✓						✓
Canales de Venta	✓	✓	✓			✓		✓	✓
Relación con Clientes	✓		✓					✓	
Fuentes de Ingreso	✓		✓			✓			
Recursos Clave	✓		✓		✓				✓
Actividades Clave	✓	✓	✓		✓			✓	✓
Socios Clave	✓		✓	✓	✓				✓
Estructura de Costos	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓

Fuente: Elaboración propia

14.1 Propuesta de valor

Para llevar a cabo esta propuesta se debe tener en cuenta el área comercial, dado que el enfoque es la venta de macetas y lámparas hechas con tecnología de impresión 3D, así mismo es importante contar con el área de mercadeo para realizar un buen desarrollo de producto, el área de investigación y desarrollo, dado a que los productos tienen que estar a la vanguardia para generar una mayor audiencia, el área de gestión humana para hacer una selección correcta del personal de ventas y producción y el área tecnológica con el fin de brindar las herramientas adecuadas para la realización de los productos.

14.2 Segmento de clientes

Cuenta con tres áreas, las cuales son, el área comercial que es la encargada de ofrecer el producto y convencer a los clientes para adquirirlo, el área de mercadeo para analizar a los clientes potenciales y el área de tecnología para llegar a ellos de una manera más eficiente.

14.3 Canales de ventas

Contamos con el área comercial que es la directamente encargada de vender el producto a los clientes, el área de logística que distribuye y organiza los canales de distribución al mayor y al detal, el área de mercadeo la cual realiza un análisis de las 4P (precio, promoción, producto, punto de venta), el área financiera que es la encargada de realizar toda la parte contable, área de gestión humana que hace un filtro de los colaboradores comerciales y el área tecnológica que es la encargada de ampliar las ventas de manera virtual.

14.4 Relación de los clientes

Se encuentra encargada de tres áreas directamente, área comercial, que es la que tiene una comunicación directa con el cliente, área de mercadeo que hace el estudio respectivo y área de gestión humana que hace una selección y entrenamiento especial para atender de manera adecuada.

14.5 Fuentes de ingreso

Se encuentran encargadas del área comercial que es la capacitada para hacer las ventas y cumplir con ciertas metas, el área de mercadeo que analiza donde entrar para obtener mayor rentabilidad y el área financiera que lleva el control de esto.

14.6 Recursos clave

Son aquellos que nos ayudan a cumplir el proceso de excelencia de una manera óptima, del área comercial dependen los ingresos de las ventas, del área de mercadeo el estudio adecuado para que se pueda realizar el proceso de venta, del área de investigación y desarrollo depende la calidad e innovación del producto, que es lo que busca Vislumbra y por último el área de tecnología que es la más importante para Vislumbra, porque de la tecnología 3D es de donde depende la creación de sus productos.

14.7 Actividad clave

Para Vislumbra es la venta y producción de macetas y lámparas en impresión 3D, para esto el área comercial cumple con la función de ventas, el área de logística de organización, el área de mercadeo de estudio de mercado, el área de investigación y desarrollo de crear productos innovadores, área de gestión humana de la selección del personal adecuado y el área de tecnología del desarrollo de producto y la promoción en canales digitales.

14.8 Socios clave

Son el área comercial área comercial con el fin de adquirir los ingresos previstos, el área de mercadeo para analizar el mercado y la competencia, el área de planeación para coordinar las actividades, asociaciones y buscar un beneficio mutuo, el área de investigación y desarrollo los cuales son la cabeza de Vislumbra ya que brindan todo el material y el área tecnológica en la cual las buenas alianzas y maquinaria óptima hacen un buen producto.

14.9 Estructura de costos

Es algo que depende de muchos factores, entre ellos el área comercial, el área de logística, área de mercadeo, área de planeación, área gestión humana debido que estas determinan una estructura de costo de los productos debido a las nóminas y a su eficiencia en el trabajo, dado que esto permite que la empresa tenga o no una ganancia. Por otro lado, el área de investigación y desarrollo al hacer un análisis del producto y creación de este, son los encargados de determinar el precio dependiendo de la venta dependiendo del costo de producción, al igual que el área tecnológica, que es donde se fabrica el producto y se tienen las máquinas adecuadas para ello.

15. PRESENTACIÓN DEL INSIGHT IDENTIFICADO

Nuestro insight se basa en la libertad de expresión, ya que el valor principal que ofrecemos no se centra en las lámparas y macetas, sino en la idea que estamos vendiendo al consumidor, dando a entender que puede obtener algo hecho a su medida por medio de un objeto común y un diseño personalizado. Es una forma que tienen los clientes de expresarse y mostrar gustos, emociones y pensamientos a las personas que los rodean.

Todo esto nos permite diferenciarnos de la competencia gracias a nuestro valor agregado. Sin embargo, este insight es difícil de plantear en la mente del consumidor si este no conoce los alcances que tiene el mismo.

16. PROPÓSITO SUPERIOR Y CÍRCULO DE ORO

Brindarles a las personas la oportunidad de tener objetos cotidianos, tales como lámparas y macetas, con los cuales ellos puedan expresarse libremente y mostrarle al mundo su lado creativo.

Nuestro superpoder es tener la capacidad de personalizar lámparas y macetas plasmando las ideas e imaginación de las personas, así como los sentimientos o emociones que quieran expresar.

Todo esto se logra a través de lámparas y macetas en impresión 3D utilizando como material el PLA, el cual es biodegradable, y fácilmente moldeable por medio de una impresora 3D la cual nos permite hacer diseños personalizados y únicos.

17. ARQUETIPO DE MARCA

17.1 Guerrero

Este arquetipo destaca cualidades tales como la disciplina, la resistencia y la determinación, así como la capacidad de seguir los objetivos que se planteen; Vislumbra se siente identificado con todas estas cualidades. Por otro lado, se destacan la integridad y la ética que son representativas de este arquetipo, al igual que la capacidad de trazar planes para lograr satisfactoriamente todo lo que se proponga, creando metas que puedan retornos.

17.2 Creador

Vislumbra se identifica con el creador ya que es una marca de diseño que busca y resalta la imaginación, creatividad y expresión de las personas; buscamos crear algo nuevo e innovador por medio de cada uno de nuestros productos adaptados a cada persona. Se ofrecen diferentes opciones que pueden adaptarse y personalizarse de acuerdo al criterio de los clientes, brinda la opción de materializar ideas en algo real.

18. TERRITORIO DE NEGOCIO: LIBRE EXPRESIÓN

Debido a que nuestros artículos son personalizados y diseñados de acuerdo con los gustos de los clientes, podemos dar la oportunidad a las personas de expresarse a través de objetos cotidianos tales como lámparas y macetas. Cada persona tendrá la oportunidad de plasmar sus ideas y obtener un artículo diseñado específicamente para ellos, algo que se adapte a su personalidad y al espacio de su hogar que quiera decorar. Todo esto se logra a

través de la impresión 3D, ya que esta permite realizar artículos únicos y personalizados por su facilidad de diseñar cada objeto.

19. COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA

Como competencia directa para nuestro emprendimiento se han identificado dos marcas claves y principales, enfocadas a cada uno de nuestros dos productos ofrecidos.

La primera se llama Seese.ilumina, es una tienda de lámparas artesanales realizadas con tejidos a mano, sus diseños son personalizados y se adaptan de acuerdo con los requerimientos de los clientes, ya sea en forma, tamaño o color.

Por otro lado, encontramos a Tu matera, esta empresa se dedica a la creación de macetas que se adaptan a cualquier tipo de espacio, ya sea de exterior, interior, ambientes elegantes o un poco más sencillos, cuentan con diferentes tamaños de macetas, diferentes formas y colores, incluso con una maceta inteligente.

20. LOOK AND FEEL DE MARCA

Vislumbra es una página web amigable, innovadora, alegre, la cual busca ayudar a las personas a tener un libre desarrollo de su personalidad por medio de la libre expresión.

Vislumbra quiere que las personas logren diseñar y expresar sus ideas por medio de macetas y lámparas, para que así ellos puedan comunicarle al mundo lo que a ellos les gusta.

Ilustración 28: Página web interactiva



Fuente: Elaboración propia

21. CONCEPTO GENERAL

Vislumbra se basa en encontrar diseños que permitan a las personas sentirse identificadas consigo mismas y a su vez puedan mostrarle a los demás como piensan, vislumbra busca lograr esto por medio de diseños personalizados de macetas y lámparas en impresión 3D.

Todo esto por medio de un diseño el cual se va a realizar por medio de un software especializado el cual nos permitirá por medio de una impresora 3D realizar el producto que el cliente necesite.

Debido a las posibilidades que nos da la impresora 3D podemos prometerle al consumidor su libertad de expresión, gracias a esto vislumbra ofrecerá diseños personalizados

que se adaptan a los gustos y personalidades de nuestros clientes, además de esto tendrán un precio asequible para todos.

22. STORYTELLING

En un día normal, mi mejor amigo y yo estábamos trabajando cuando de pronto vimos al primo de mi mejor amigo con una impresora 3d, y en ese momento mi mejor amigo estaba buscando un regalo especial para su novia, es por eso que decidimos diseñar el regalo e imprimirlo, y desde ese momento se nos ocurrió la idea de comenzar este emprendimiento.

Nuestros principales retos los tuvimos al momento de desarrollar un regalo único el cual pudiera expresar todo lo que esa persona sentía, para eso decidimos adquirir nuestra propia impresora y así empezamos a hacer nuestras propias impresiones, pero en el camino nos pudimos dar cuenta de que no era tan sencillo como imaginábamos, no era fácil implementar la idea, a su vez los costos de producción y diseño eran muy elevados, todo esto teniendo en cuenta que cada diseño al ser exclusivo tiene un costo único, para empezar a mitigar estos costos comenzamos comprando una impresora mucho más grande, a su vez comenzamos a capacitarnos en diseño 3d, aun así el principal problema que tenemos actualmente es el tiempo, ya que mi mejor amigo y yo estamos realizando nuestras prácticas profesionales, haciendo que nos sea imposible estar pendiente de la producción.

Todo esto lo empezaremos a solucionar al finalizar nuestras prácticas, para así poder dedicar todo nuestro tiempo al emprendimiento, con todo esto esperamos prosperar y que el negocio crezca, y así tener una comunidad que pueda expresarse por medio de nuestro producto.

23. PÚBLICO OBJETIVO

Nuestros productos se venderán en Colombia empezando por la ciudad de Bogotá, estos irán enfocados principalmente a hombres y mujeres entre los 25 y 50 años, para estratos 4, 5 y 6, ya que son personas que tienen la capacidad adquisitiva y la estabilidad económica para comprar nuestros productos, además son personas que ya tienen su propio hogar y buscan formas nuevas y diferentes de decorar y hacer más agradables sus ambientes. Por otro lado, está dirigido a personas con un alto interés por la decoración, el diseño, la innovación y el cuidado al medio ambiente.

24. PLAN DE MARKETING

24.1 Objetivo 1

24.1.1 Tener una granja de impresoras

La meta que se espera cumplir con esto es doblar la capacidad de producción de la empresa; para lograr esto es necesario que Vislumbra busque ayuda financiera, ya que las impresoras tienen un alto costo, esta financiación se realizará por medio de préstamos con los bancos, buscando ayudas del gobierno tales como subsidios para emprendimientos y participando en diferentes eventos y concursos que nos permitan recibir dinero presentando nuestro proyecto.

Nuestra estrategia principal será buscar financiación, y para lograr esto pediremos ayudas a los bancos por medio de un préstamo, en caso de que no consigamos el dinero

requerido por parte del banco buscaremos ayuda por medio subsidios de parte del gobierno, como ultimo recurso participaremos en concursos para emprendedores donde se logren conseguir fondos para el proyecto.

24.2 Objetivo 2

24.2.1 Crear una página web interactiva

Se quiere presentar una herramienta en la cual el usuario pueda presentar sus ideas y diseños, en esta página el cliente tendrá la opción de crear el producto de acuerdo a su gusto o subir un archivo con el mismo, para lograr esto se buscará la ayuda de un diseñador de páginas web o por medio de una empresa de software, los cuales realizarán todo el trabajo de diseño y creación de dicha página.

La estrategia principal es buscar un diseñador de paginas web, ya sea por medio de una empresa de desarrollo de software donde realizaremos cotizaciones sobre el costo que podría llegar a tener la página.

Nuestro último recurso es buscar diseñadores independientes como podría ser el caso de estudiantes de últimos semestres de ingeniería de sistemas para poder desarrollar la pagina web como se plantea.

24.3 Objetivo 3

24.3.1 Lograr expansión a nivel nacional

Vislumbra quiere aumentar su participación en el mercado, para esto se empezarán a realizar ventas por internet con envíos nacionales para llegar a una mayor cantidad de personas; por otro lado, se crearán campañas de marketing para generar un mayor reconocimiento de nuestros productos y nuestra empresa.

Nuestra estrategia se base en poder aumentar nuestra participación en el mercado por medio publicidad en redes sociales, con esto se busca lograr realizar ventas por internet donde se espera llegar a diferentes ciudades.

Con esto se busca llegar a tener un reconocimiento a nivel nacional para poder expandirnos y de esta forma tener más participación en el mercado.

24.4 Objetivo 4

24.4.1 Aumentar el catálogo de productos

Se busca ampliar el catálogo de productos para satisfacer de mejor manera las necesidades de los clientes abarcando una mayor cantidad de categorías. Para esto, se estableció incluir un artículo nuevo cada seis meses, se realizarán estudios de mercado para conocer los gustos de los clientes y que les interesa; se hará también un trabajo en equipo donde cada uno aporte nuevas ideas para diseños y productos, todo esto teniendo en cuenta nuevas tendencias y modas.

En este objetivo nuestra estrategia principal es cada dos meses agregar un nuevo artículo al portafolio de la compañía, estos artículos los escogeremos de acuerdo con los

estudios de mercado que obtendremos de nuestros clientes, con esto buscamos poder desarrollar nuevos diseños por parte de los consumidores y el equipo de trabajo.

Por último, buscaremos las últimas tendencias del mercado referente a los gustos de los consumidores, como es el caso de nuevas películas, o series que generen tendencia para poder enfocar nuestros diseños en estas tendencias.

24.5 Objetivo 5

24.5.1 Crear comunidad

Se espera poder fidelizar al 20% de los clientes existentes y aumentar los nuevos clientes en 40%, esto se realizará generando valor emocional a cada persona por medio de la creación de contenido en diferentes redes sociales, la implementación de campañas de marketing digital y participando en eventos tales como ferias empresariales, del hogar y de artesanías.

La estrategia para realizar esto es generando un valor emocional en los clientes, y esto por medio de nuestras redes sociales, con el fin de crear una comunidad donde podemos realizar varias campañas de marketing dirigidas enfocadas en los gustos vistos dentro los consumidores.

24.6 Objetivo 6

24.6.1 Volver más eficiente la logística de materias primas

Se espera reducir la cadena de suministro de materias primas (PLA) con el fin de reducir costos de producción, para esto se quiere establecer una relación directa con productores extranjeros de este material evitando tantos intermediarios, al importar el PLA de forma directa se reducen costos.

Nuestra estrategia para este objetivo se enfoca en la adquisición o negociación de un proveedor de Pla, el cual nos proporcione mejores precios al momento de adquirir la materia prima, a su vez también se busca tener una logística más eficiente para no sufrir de escases de materia prima.

25. CONCEPTO DE CAMPAÑA

Para el concepto de campaña se establecieron dos hashtags principales, los cuales son #diseñatufuturo y #piensadiferente, ambos hashtags van enfocados a la idea principal que queremos transmitir en Vislumbra, esto es la libertad de expresión, la opción de personalizar cada objeto de acuerdo con los gustos y emociones de cada uno busca ser algo innovador y promover la creatividad de aquellas personas que quieran atreverse a diseñar algo único.

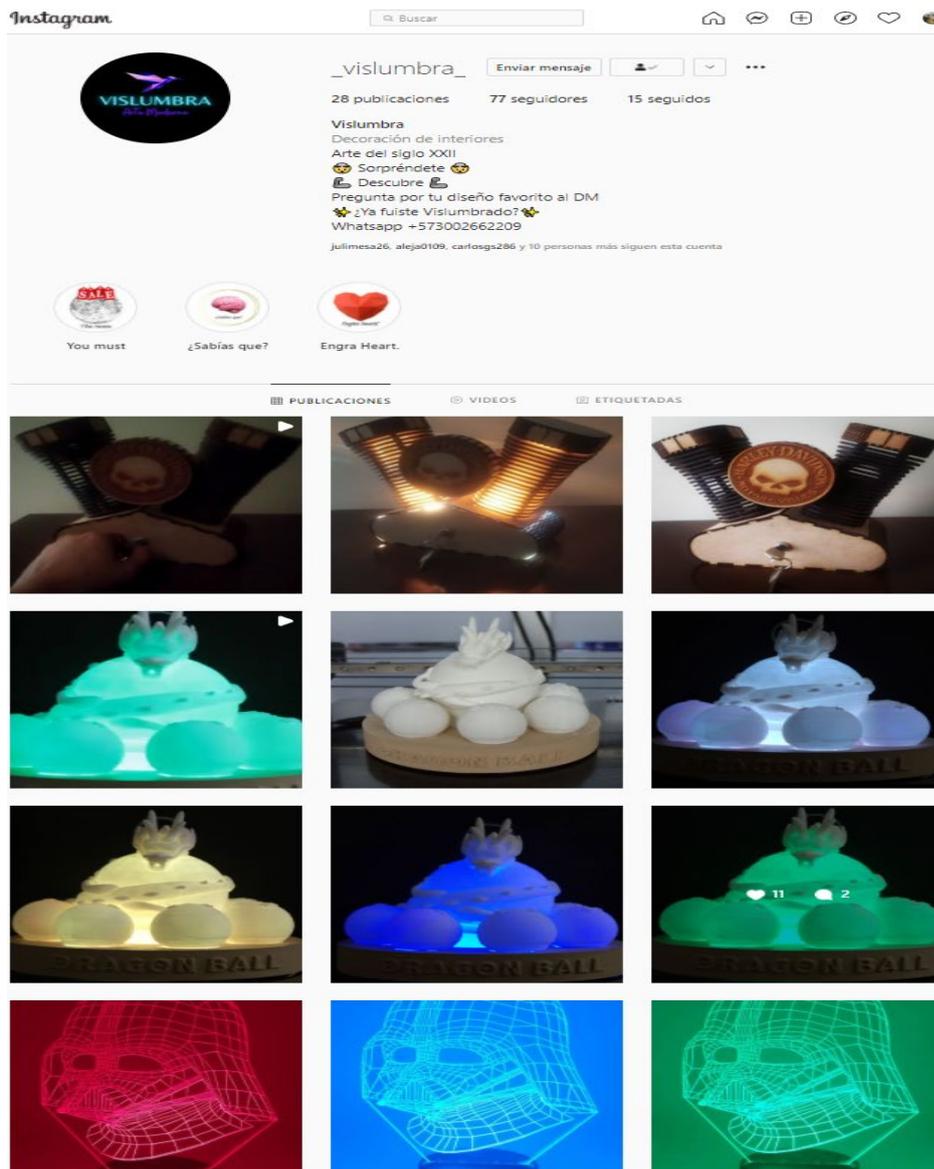
Con cada producto que la empresa diseña, se busca que el consumidor sienta satisfacción al momento de mostrar el producto en su entorno, ya sea profesional o personal. Con esto se busca que las personas que logren visualizar este producto se sientan atraídos a conocer la marca.

26. LOOK AND FEEL DE CAMPAÑA

La primera campaña que vamos a realizar es Instagram donde vamos a empezar a crear una comunidad, acá vamos a poder tener todo el control de nuestra comunidad, compartiendo el contenido que los consumidores nos piden hacer por ellos, y de esta forma seguir manteniendo nuestra promesa de valor donde las personas puede expresar libremente sus ideas.

Como podemos observar en la imagen podemos observar varios diseños de lámparas que se han realizado, con esto podemos empezar a segmentar nuestra comunidad, como podemos observar en la imagen podemos ver tres diseños de lámparas los cuales representan a tres segmentos de comunidad que podemos crear.

Ilustración 29: Instagram de Vislumbra



Fuente: Elaboración propia

27. PLAN EDITORIAL REDES SOCIALES

La campaña que se va a realizar para empezar el año 2022, se va a llevar a cabo por medio de diferentes publicaciones en redes sociales como Facebook Instagram y Discord, en las cuales se promoverá la libre expresión la creatividad y la innovación por parte de las personas.

Las principales razones por las cuales se escogieron estas redes sociales es gracias a la capacidad que tienen de crear y mantener una comunidad, lo cual es el objetivo principal de la campaña.

En el caso de Discord, podemos mantener un control de todo el contenido que recibe la comunidad, todo esto gracias a los canales de comunicación que podemos crear en esta red social donde segmentaremos el contenido dependiendo del gusto del consumidor.

Ver Anexo.

28. CONCLUSIONES

De acuerdo con la investigación realizada, podemos concluir que el producto será bien recibido en el mercado, esto se debe a que es un producto novedoso con un gran valor agregado, son diseños originales y que se adaptan a los gustos y requerimientos de los clientes; además de esto, son productos de una alta calidad con lo cual logramos llamar la atención de los consumidores por ser productos con una vida útil muy prolongada y resistentes a cualquier impacto; por otro lado, son productos que ayudan al medio ambiente ya que el material utilizado es biodegradable.

También se determinó que los consumidores cuentan con poco o ningún conocimiento de marcas de macetas y lámparas, lo que nos permite entrar fácilmente al mercado debido a que no se tiene mucha competencia. Nuestro público objetivo serán personas entre los 25 y los 50 años con un poder adquisitivo medio-alto, siendo, además, más llamativo para mujeres que hombres.

Vislumbra busca llegar a los consumidores por medio del diseño, logrando que los mismos consumidores diseñen aquello que los haga felices, de esta forma nosotros como empresa logramos brindarles esa felicidad y satisfacción a nuestros clientes entregándoles un producto que solamente ellos puedan tener.

29. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco Mundial. (2019). Población, total—Colombia | Data.

<https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?locations=CO>

DANE. (2021, agosto 27). Censo Nacional de Población y Vivienda 2018. dane.gov.co.

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>

IMPRIME3DE. (2017, febrero 15). El PLA polímero biodegradable procedente de recursos

vegetales | imprimetresde—Diseño e impresion 3d. imprimetresde.

<https://imprimetresde.com/nuestro-material-de-impresion-el-pla-polimero-biodegradable-procedente-de-recursos-vegetales/>

La República. (2019, mayo 27). Conozca cómo es el mapa de los estratos en las grandes ciudades de Colombia. Diario La República.

<https://www.larepublica.co/economia/este-es-el-mapa-de-los-estratos-en-las-grandes-ciudades-del-pais-2866032>

Lucia C. (2019, julio 22). ¿Qué tan «ecológico» es realmente el filamento PLA? 3Dnatives.

<https://www.3dnatives.com/es/ecologico-realmente-filamento-pla-230720192/>

Mesa Sánchez, C. (2019, diciembre 12). Impresión 3D: Al rescate del clima. garrigues.com.

https://www.garrigues.com/es_ES/garrigues-digital/impresion-3d-al-rescate-del-clima