

**|CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS - UNIMINUTO -  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADEO**

**TIME TOY**

**PRESENTA:**

**ANDREA DEL PILAR GACHARNA ROMERO  
ID 000256890**

**ANA MARIA GUAUTA GUTIERREZ  
ID 000337287**

**TUTOR DE TRABAJO DE GRADO:**

**Profesor SANTIAGO JIMENEZ ZAPATA**

**SUPERVISORES METODOLÓGICOS:**

**Profesora JENNY LILIANA AMAYA TÉLLEZ  
Profesor MIGUEL ÁNGEL URREGO JIMÉNEZ**

**MAYO 17 DEL 2016**

## TABLA DE CONTENIDO

• INTRODUCCIÓN.....	6
• JUSTIFICACIÓN.....	6
• ANTECEDENTES.....	7
• DECLARACIÓN ESTRATEGICA DE LA EMPRESA.....	10
○ Valores.....	11
○ Misión.....	11
○ Visión.....	11
• ANÁLISIS DEL CONTEXTO .....	12
• FUNDAMENTO TEORICO.....	14
• MARCO TEORICO.....	14
○ Contexto histórico de las tics.....	15
○ Redes sociales.....	16
○ El marketing en la Tecnología Digital.....	17
• MARCO CONCEPTUAL.....	20
• INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	24
• OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	24
• OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	25
• MUESTREO.....	26
• Población objetivo.....	25
• Diseño Muestral.....	26
○ Tamaño de la muestra.....	26
• METODOLOGIA E INSTRUMENTOS UTILIZADOS.....	27
• RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
• CONCLUSIONES ESTRATEGICAS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	36
○ Matriz DOFA.....	37
▪ Fortalezas.....	37
▪ Debilidades.....	37
▪ Oportunidades.....	38
▪ Amenazas.....	38
▪ Matriz CAME.....	38

▪ Matriz MPC.....	39
• DEFINICIÓN DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	40
▪ Perfil.....	40
▪ Cuantificación.....	46
▪ Estimación de la demanda.....	46
OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.....	47
▪ Objetivo general del plan de mercadeo.....	47
▪ Objetivos específicos del plan de mercadeo.....	47
• PLANTEAMIENTO ESTRATEGICO.....	47
▪ Estrategia del producto.....	48
▪ Ficha técnica del producto.....	48
▪ Estrategia de precio.....	50
• Precio neto.....	51
• Precio venta al público.....	51
• Estrategias de precio.....	51
• Estrategia de promoción.....	51
• Estrategia de plaza y distribución.....	53
• RESULTADOS FINANCIEROS.....	57
• PUNTO DE EQUILIBRIO.....	57
• PYG ( 1 AÑO).....	58
• REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	60
• ANEXOS.....	62

## ÍNDICE DE CUADROS

1. *Cuadro 1.* Ficha técnica de la encuesta
2. *Cuadro 2.* Matriz MPC
3. *Cuadro 3.* Actividad Económica Localidad de Suba
4. *Cuadro 4.* Tasa de ocupación por sexo, según localidad
5. *Cuadro 5.* Ficha técnica de producto o servicio.
6. *Cuadro 6.* Costo Unitario de Reloj Time Toy
7. *Cuadro 7.* Estrategia de precio
8. *Cuadro 8.* Punto de Equilibrio
9. *Cuadro 9.* Costos de Funcionamiento.

### ÍNDICE DE FIGURAS

1. *Figura 1.* (2013) Reloj Squirrelclock
2. *Figura 2.* (2013) DANE. Actividades realizadas por las empresas que usaron internet
3. *Figura 3.* (2015) Prototipo Time Toy
4. *Figura 4.* (2016) Bodega Inventario
5. *Figura 5.* (2016) REVISTA DINERO. Ranking de los centros comerciales en la Ciudad de Bogotá
6. *Figura 6.* (2016) Stand Prototipo Time Toy

### INDICE DE ANEXOS

- Anexo 1. Formatos de Recolección de Datos
- Anexo 2. Guion Distractor
- Anexo 3. Encuesta

- Anexo 4. Gráficas y Análisis
- Anexo 5. Entrevista Numero 1
- Anexo 6. Entrevista Numero 2
- Anexo 7. Observación Entrevistada No 1
- Anexo 8. Observación Entrevistada No 2
- Anexo 9. Hábitos y percepción del consumidor
- Anexo 10. Etnografía Visual
- Anexo 11. Cotización Centro Comercial Plaza Imperial
- Anexo 12. Cotización Bodega Galerías
- Anexo 13. Materia Prima
- Anexo 14. Logotipo Time Toy

## **INTRODUCCIÓN**

## ***INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN***

TIME TOY es un producto de la empresa TIME TOY S.A.S., que nace como resultado de un proyecto realizado en la universidad Minuto de Dios en el primer semestre del año 2012.

En Colombia y en el mundo la industria de relojes despertadores se ha favorecido con la utilización elemental de éstos, ya que, debido a la necesidad de las personas de atender sus cuantiosos compromisos, se ha extendido la venta masiva de estos artefactos con el fin de satisfacer las exigencias primordiales presentes en el diario vivir.

Para efectos de acceso al mercado se ha elaborado un despertador con tecnología electrónica, que tiene como función desplazarse de un lado a otro en el momento de su activación “alarma” obligando a la persona a salir de su cama y desactivarlo, logrando así que las personas se levanten y acompañen esa experiencia de reflexiones y emociones positivas que serán recuerdo de aquel momento. Time Toy condiciona a la persona a levantarse y hacer uno o dos minutos de actividad física para ir a desactivarlo, Además, Weineck afirma que: “una persona que empiecen el día realizando actividad física tiene más probabilidades de llevar una vida feliz y saludable”.

Se plantean como ventajas competitivas innovar en funcionamiento y diseño, puesto que hoy en día la mayoría de las personas cuentan con un dispositivo despertador.

Este plan de mercado nace a partir de un proyecto integrador creado en segundo semestre de la carrera tecnología en gestión de mercadeo, y se ha venido realizando en el transcurso del tiempo académico, Se quiso enfatizar en el proyecto para sustentar opción de grado puesto que es un tema interesante y expositor de algunos contenidos

que van ayudar a diferentes estudiantes a desarrollar ideas o saber más del proceso que se llevó.

### *ANTECEDENTES*

Barquero (2005) afirma: “Desde los orígenes de la creación del ser humano, este se preocupó por establecer unos parámetros que le permitieron organizarse mejor para poner bajo un mínimo criterio racional cualquier acción que le facilitase desarrollarse en todos los aspectos, empresariales, sociales y otros. Para llevar eso a un buen puerto decidió establecer unos horarios y guardar, por tanto, un orden en su vida y basándose en sus costumbres sociales. Por lo que como resultante nació la obsesión por el estudio de la investigación de poder medir y controlar el tiempo. En el año 462. D.C Teodorico fue capturado por los romanos y llevado a Constantinopla como prisionero, donde se educó en los valores y cultura romanos por lo que además se siente atraído por los relojes de estos. En el año 490 mando a construir dos relojes de gran precisión, uno solar y otro hidráulico, para ser entregados a Gondebando. En el año 600 se crean los primeros astrolabios, después de estudiar el firmamento con ánimo de plasmarlo en los mismos y poder medir la posición de los astros en el firmamento”.

En china se consiguen avances astronómicos francamente espectaculares ya que el astrónomo Y- Hang, junto con su equipo inventa y lleva a cabo un reloj hidráulico muy preciso provisto de ruedas, siendo en el año 721 en el que además se indica el movimiento de los planetas. En el año 850 A. Pacifico, arcediano de Verona consiguió aplicar el peso del reloj, dotándolo así de una fuerza motriz constante. El papa Silvestre II perfecciona y mejora la aplicación del peso y del escape del reloj en el año 990, consiguiendo que se atrasen o adelanten menos los relojes en una búsqueda de control de tiempo. En el año 1108 en le Abadía de Cluny el sacristán necesitaba precisar la hora

y consultaba los astros antes de despertar a los monjes para sus rezos nocturnos. En el año 1200 un científico llamado Abul Hassan, tras profundos estudios dará a conocer la idea de equiparar todas las horas que, como se sabe, en ese tiempo eran distintas según la época del año. En 1484 Valtherus efectúa los primeros experimentos astronómicos aplicados a un reloj en el que su fuerza motriz está regulada por pesas. En el año 1493 en Italia se fabrican ciertos pequeños relojes portátiles que son mecánicos e indican las horas, el curso de varios planetas y demás, facilitando la creación del reloj de bolsillo. En 1610 nacen con fuerza las denominadas escuelas relojeras de estilos y tendencias de Alemania. En el año 1680, es cuando se empieza a popularizar el reloj de bolsillo, no al alcance de todos, pero sí que es partir de ahí cuando empieza a florecer lo que en nuestros días será una gran industria relojera. El maestro relojero y empresario adelantado para su época Daniel Jean Richard en 1705 decidió que ya era hora de producir relojes en cadenas de montaje con ánimo de ganar tiempo al tiempo y abaratar su producción. En 1750 Pierre Jaquet Droz crea el pájaro cantador aplicado a la relojería. Insertaría estos sonidos de pájaros a través de sustituir los tubos propios de los sonidos de los tubos de órgano, por un solo tubo dotado de un pistón móvil que al deslizarse por el cambia la altura del sonido. En el año 1806 se inventa la última pieza paracaídas que es un dispositivo anti choque. En 1960 parecen las esferas con indicadores digitales en los relojes pulseras, si bien en los que el bolsillo ya que utilizaba con regularidad y popularmente desde el año 1880. En 1980 las publicaciones relojeras, la sociedad especializada empieza a demandar que quieren conocer más del sector relojero (Barquero, 2005).



En el año 2008 Jaquet Droz lanzó el grande Seconde SW, una interpretación deportiva del emblemático modelo que adquiere cada vez más popularidad con el paso del tiempo.

En mayo de 2013 se hace la presentación del modelo inicial del producto, el cual contaba con las siguientes características:

- Nombre: Squirrelclock.
- Reloj despertador con tecnología robótica.
- Tenía forma de ardilla y un reloj adherido a la parte superior.
- Funcionaba con batería tradicional de zinc y carbón (AA).
- Cuando la alarma se activaba, el artefacto se desplazaba obligando a la persona a salir de su cama para desactivarlo.
- Tenía luces led en los ojos.



*Figura 1. (2013) Reloj Squirrelclock, fuente propia*

## ***DECLARACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA***

### ***Razón social***

La empresa TIME TOY S.A.S. Organizada en forma de sociedad por acciones simplificada, cuyos fundadores son: la Sta. Andrea del pilar Gacharna Romero estudiante de sexto semestre de tecnología en gestión de mercadeo, con más de 4 años de experiencia en el mercado laboral en áreas como la administración financiera, la planeación de mercado y el comercio y negocios internacionales, y Ana María Guatua con conocimiento en proyección del mercado.

### ***Misión***

La empresa TIME TOY S.A.S. busca comercializar productos de relojería con excelente calidad, al por mayor y detal, a precios asequibles que garanticen el ahorro de nuestros clientes, brindando así una grata experiencia de uso y servicio.

### ***Visión***

Para el año 2021 la empresa debe haber iniciado su participación en el mercado nacional e identificarse como una de las mejores empresas productoras y distribuidoras con mayor prestigio, promoviendo los principios éticos, morales y legales. La compañía se centra siempre en un constante crecimiento y mejoramiento profesional, permitiendo una participación activa a todos sus clientes para opinar en los procesos de

mejoramiento, creación y modernización, obteniendo un compromiso profesional especializado en el área comercial para la elaboración del producto.

#### *Valores*

***Confianza.***

Con nuestras acciones generar credibilidad.

***Respeto.***

Promovemos y exigimos un buen trato en todas nuestras relaciones.

***Actitud de servicio.***

Brindamos un servicio oportuno, amable y efectivo.

***Calidad.***

Mejoramos continuamente nuestros productos servicios y procesos.

***Disciplina.***

Asumimos nuestro trabajo con dedicación.

### ***ANÁLISIS DEL CONTEXTO***

Los artesanos relojeros de principio del siglo XVI envidiarían sin duda a sus contemporáneos por la gran inversión que se hace cada año en tecnología, investigación y creación de nuevas herramientas para fabricar una pieza relojera. Sin embargo, la industria de los relojes en sí misma nunca imaginó que un oficio tan artesanal crecería de tal manera que hoy representa una cifra de exportación a nivel mundial de 19,300 millones de francos suizos, según datos al 2014 de la Federación de la Industria Suiza (FHS), la cual año con año continúa creciendo moderadamente a pesar de las recesiones mundiales.

Hay que recordar que para que un reloj obtenga su distintivo sello 'Swiss Made' se debe fabricar al menos un 50% de los componentes y realizar la totalidad de las pruebas y ensamble final en ese país. La etiqueta Swiss Made es una forma de reconocer los relojes suizos en todo el mundo se utiliza para indicar que un reloj ha sido fabricado en

suiza y si es de alta calidad. Muchas personas consideran que la etiqueta 'Swiss Made' es aún más importante que el nombre de la marca en sí, pero la combinación de una marca muy conocida con esta etiqueta demuestra el éxito concebido. Por ello Suiza siempre se mantendrá a la cabeza como el fabricante más importante de relojes mecánicos con materiales preciosos y en consecuencia sus piezas obtienen precios estratosféricos que con el paso del tiempo aumentan en valor. El éxito que el sector relojero tuvo con la llegada del cuarzo, dio a las marcas suizas una madurez que hoy se traduce en haber visto a los relojes electrónicos como un beneficio para la industria y no como un enemigo. A nivel global el a lo largo y ancho del planeta se distribuye en países como Hong Kong, Estados Unidos, China, Francia, Singapur y por supuesto México, que aunque ocupa un lugar pequeño en la escala es el principal mercado latinoamericano para la alta relojería. De una lista de 30 países que mantiene la FHS en su reporte de enero-agosto de 2014 ubica a Hong Kong con el sitio número 1, seguido por Estados Unidos en la posición 2 y los Emiratos Árabes Unidos en el lugar 9, España ocupa el sitio 13, México se coloca en la posición 18 como único representante del sector latinoamericano. Debajo de la lista siguen países como Australia, en el lugar 19, Canadá en el 23 y Grecia en el 30. La Federación de la Industria Suiza estima que la producción mundial de relojes ronda los 1,200 millones de piezas que son sólo una muestra de la magnitud de esta 'industria de contar el tiempo. China y Hong Kong no sólo son países líderes en el consumo de alta relojería, sino también en la compra de productos de lujo. Sin embargo, el sector relojero suizo no está solo, ya que países asiáticos como Japón y Hong Kong representan una fuerte competencia en la fabricación de piezas. Por otra parte, desde hace algunos años los relojes han comenzado a abrirse terreno en nuevas tierras, por lo que ya tienen presencia en India y los países árabes. Después de su renacimiento en 1986 con ganancias de 4,300 millones

de francos suizos, la industria relojera tiene actualmente ingresos por 19,300 millones de francos suizos, lo que la hace una de las industrias más rentables y en constante crecimiento (Matamoros, 2012).

## FUNDAMENTO TEÓRICO

### *MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE*

#### ***Contexto histórico del reloj***

Los relojes de sol son instrumentos de control de los movimientos de la Tierra y el Sol, y tienen como objetivo el medir el paso del tiempo (horas, minutos y segundos). En ellos convergen ciencia (matemáticas, física, geometría, astronomía), cultura y arte, y han sido durante mucho tiempo la única ayuda, el único punto de referencia para la evolución mecánica de todos los tipos posteriores de relojes. A través del tiempo se ha podido distinguir diferentes tipos de relojes como el reloj de agua, reloj de arena, reloj de péndulo, reloj de diapasón, reloj digital etc.; en cada época de la vida los cambios que se han dado por medio de máquinas y tecnología hasta llegar a los dispositivos conocidos y usados actualmente para lo cual se quiere innovar en su diseño y crear una experiencia tanto funcional como emocional al consumidor. El reloj se ha considerado como un elemento funcional no distinto a dar la hora, recordar algo o despertar a determinada hora y es precisamente ahí donde se nace la oportunidad de crear una nueva experiencia con el uso del despertador y facilitar la interacción de los usuarios para compartir sus vivencias por medio de la estrategia de marketing digital. (Gonzales, 2012).

#### ***Contexto histórico de las Tics.***

Las TIC surgen durante el fin de la segunda guerra mundial 1945 y con en el advenimiento de la guerra fría y la carrera espacial en 1947-1991 entre los dos bloques más grandes a nivel mundial, el bloque capitalista y el bloque socialista, donde avances

tecnológicos como el lanzamiento del Sputnik en 1957 por parte de la unión soviética y la llegada del hombre a la luna en 1969 por parte de EE.UU, fueron tomados como unas de las más importantes premisas del desarrollo tecnológico a nivel mundial.

Más tarde con el fin de la guerra fría y la desmantelación del régimen socialista de Rusia surge un nuevo modelo económico a nivel mundial llamado globalización donde la creciente comunicación entre los distintos países del mundo unifica mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas.

Garrido (2013) plantea “Que en este contexto el desarrollo tecnológico, va de acuerdo al crecimiento económico de cada país, donde solo aquellos que sean una potencia podrán tener el acceso a las nuevas tecnologías y los que no, no solo tendrán que depender de los países desarrollados sino que carecerán de nuevas tecnologías haciendo que fenómenos como la brecha digital se hagan cada vez más grandes” (p.26).

Las nuevas TIC tienen sus orígenes en las llamadas Tecnologías de la Información, concepto aparecido en los años 70, el cual se refiere a las tecnologías para el procesamiento de la información: la electrónica y el software (Aviram, 2002). Este procesamiento se realizaba casi exclusivamente en entornos locales, por lo que la comunicación era una función poco valorada. Por otra parte, la estrategia centralista de las corporaciones, hacía compatible la existencia de un departamento de sistemas de información centralizado en una única máquina. Las nuevas formas de trabajo y la globalización de la economía imponen la necesidad del acceso instantáneo a la información y por tanto, de interconectar las distintas redes que se han ido creando, diseñan doce nuevas arquitecturas de sistemas, en las que la función de comunicación es

de igual importancia o superior por lo estratégico de la disponibilidad instantánea de la información (Aviram, 2002).

### ***Redes sociales.***

La web fue creada en 1989 en un instituto de investigación de Suiza, la web se basa en buscadores. La mayoría de los documentos de la web se crean utilizando lenguaje HTML (hypertext markup language).

Es importante saber que web o www no son sinónimo de Internet, la web es un subconjunto de Internet que consiste en páginas a las que se puede acceder usando un navegador. Internet es la red de redes donde reside toda la información.

La Teoría de redes es de diferentes corrientes y teorías antropológicas, psicológicas, sociológicas como también la de los grafos en lo que se refiere a su formalización. Estos orígenes históricos han sido excelentemente tratados por Scott J en 1991 (Henríquez, 2004). En esta teoría, dentro de una totalidad conceptual compleja y organizada teniendo dicha totalidad propiedades específicas diferente de las adición de las propiedades de las partes.

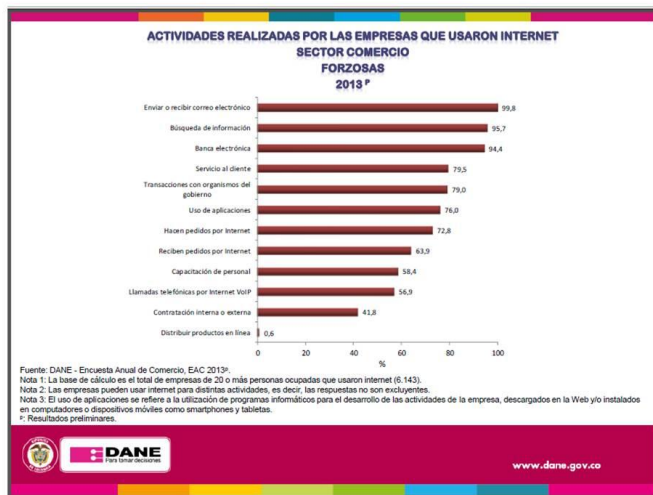
La teoría de campos de Kurt Lewin, inmigrante en USA en 1925, puso el hecho de que la percepción y el comportamiento de los individuos y la misma estructura del grupo al que pertenece se inscriben en un espacio social formado por el grupo y su entorno formando un campo de relaciones (kurt,1942). Estas relaciones del campo social pueden ser analizadas formalmente por procedimientos matemáticos, Otra de las de las fuentes u orígenes de las Redes proviene, para Scott, del estructural funcionalismo antropológico desarrollado en Harvard en los años 30 a 40.



### ***El marketing en la Tecnología Digital.***

El Marketing tal como lo conocemos hoy, está acabado y tiene que evolucionar a algo mucho más acorde con nuestro tiempo en el que la inmediatez de la información y la segmentación total, han cambiado completamente nuestros hábitos de compra. Se está convirtiendo en una batalla basada más en la información que en el poder de las ventas. El auge del marketing digital. Kotler (2004) afirma: “Ser Digital es más que ser una empresa en internet, es aprovechar los medios digitales, ante ello se pueden hacer muchas cosas aprovechando los medios actuales” (p.191).

Las tecnologías digitales están impulsando un cambio en los modelos de negocio que los CIOs no pueden ignorar. El 69% de los CIOs están preocupados porque el "Boom digital" llega más rápido de lo que pueden responder y el 90% del personal de Sistemas carece de las competencias necesarias para trabajar en el nuevo entorno (Santos, 2004).



*Figura 3. (2013) DANE. Actividades realizadas por las empresas que usaron internet*

Vivimos en un mercado donde ya no se compite por la calidad de los productos, sino por la calidad de la experiencia al comprarlos y consumirlos. La clave del éxito no es tener la mejor tecnología, sino saber usarla correctamente. De nada sirve tener un sofisticado paquete de software de CRM, una página web atractiva, haber creado un grupo en Facebook, o tener un blog y una cuenta en Twitter. Time Toy incursiona en este campo no solo mostrando el producto y cumpliendo su función sino creando una experiencia positiva sinónimo de recuerdo.

### ***El marketing digital en la industria del comercio***

Un estudio realizado en Colombia por el ministerio de tecnologías de la información y comunicaciones reveló que el 80% de los encuestados usa Internet y que el mayor incremento del uso de la red se dio en los estratos 1 y 2, con un crecimiento del 17% en comparación al uso que le daban en 2014. También se observa que el 54% de los colombianos que usan Internet, lo hacen todos los días y pasan en promedio 2,6 horas navegando.

El Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, David Luna Sánchez, participó este martes 8 de marzo del foro Latin America Innovate 2016, organizado por el Financial Times, donde se dieron cita empresarios, emprendedores y expertos internacionales en materia de innovación con el objetivo de discutir los retos y oportunidades de Colombia y la región en el marco de la revolución digital.

Durante su participación Luna incursiono en detalles que debe poner en marcha Colombia para impulsar la innovación y usar las herramientas que nacen producto de las TIC, en beneficio de los habitantes del país.

Luna (2016) afirma que: "Debemos pasar del internet del consumo al internet de la producción, que los empresarios no sólo estén conectados, sino que su presencia en la red les pueda asegurar mejores inventarios, una mayor productividad y beneficios que se traduzcan en crecimiento económico" El jefe de la cartera TIC explicó además que la lista de tareas para impulsar la innovación en Colombia, de acuerdo con las recomendaciones del Índice Global de Innovación, incluye un incremento en el número de patentes y un aumento en la oferta de talento para la industria comercial.

Lo anterior afirma la importancia de incursionar en este campo con el producto Time Toy, se busca que la apertura del mercado sea positiva y contribuya a la empresa, teniendo en cuenta que el marketing digital está en auge y los consumidores conocen esta nueva plataforma.

### **MARCO CONCEPTUAL**

**Comentario [e1]:**

Fuentes Bibliográficas ????

**Acetato:** Material transparente que se emplea en la fabricación de películas fotográficas y, en forma de láminas, como soporte de impresión en artes gráficas y para otros usos.

**Acoples:** El acople implica la acción de juntar dos partes o cosas, lo que puede suceder de modo espontáneo o natural; o artificialmente.

**Advenimiento:** Venida o llegada de un tiempo determinado o de un acontecimiento importante

**Alarma:** Dispositivo generalmente electrónico que advierte de algo, especialmente de un posible peligro, normalmente mediante luces o sonido. Preocupación, intranquilidad o temor producido por la aparición o la posibilidad de un peligro.

**Analógicos:** Se refiere a las magnitudes o valores que varían con el tiempo en forma continua (distancia, temperatura, velocidad, voltaje, frecuencia, amplitud, etc.)

**Asintótico:** Dicho de una curva: Que se acerca de continuo a una recta o a otra curva sin llegar nunca a encontrarla.

**Astrolabios:** El astrolabio es un antiguo instrumento que permite determinar la posición y altura de las estrellas sobre la bóveda celeste.

**Auge:** Período o momento de mayor elevación o intensidad de un proceso o estado de cosas.

**Boom:** Éxito, popularidad o prosperidad inesperados y repentinos

**Brecha:** Rotura o abertura irregular, especialmente en una pared o muralla.

**Captación** (Captar): Percibir algo por medio de los sentidos o de la inteligencia, percatarse, comprender. Captar un ruido, un propósito oculto.

**Condiciona:** Hacer depender algo de una condición - Influir de manera importante en el comportamiento de alguien o en el desarrollo de algo.

**Contrapartida:** Aquello que tiene por objeto compensar lo que se recibe de alguien.

**Convergente:** Confluir varias ideas o tendencias sociales, económicas o culturales en un mismo fin: las distintas tendencias convergían en una misma idea de apoyo a los jóvenes.

**Cuantiosos:** Que es grande en cantidad o número.

**Diapasón:** Dispositivo de acero doblado en forma de horquilla con pie, que, cuando se hace sonar, da 440 Hz o vibraciones por segundo, correspondientes a la nota *la* natural, utilizada para regular voces e instrumentos musicales.

**Digital:** Dicho de un aparato o de un sistema: Que presenta información, especialmente una medida, mediante el uso de señales discretas en forma de números o letras.

**Dispositivo:** Pieza o conjunto de piezas o elementos preparados para realizar una función determinada y que generalmente forman parte de un conjunto más complejo.

**Diversificación:** Acción y efecto de diversificar: Convertir en múltiple y diverso lo que era uniforme y único.

**Electrónica:** Es una disciplina que se fundamenta en la investigación de formas eficientes de transmisión de electricidad finalidad práctica es la elaboración de circuitos que sirvan La electrónica es una disciplina que se fundamenta en la investigación de formas eficientes de transmisión de electricidad. Su finalidad práctica es la elaboración de circuitos que sirvan para la confección de artefactos de utilidad para la sociedad.

**Ensamble:** Unión de dos piezas que forman parte de una estructura y han sido diseñadas para que ajusten entre sí perfectamente.

**Epicentros:** Punto de la superficie terrestre a partir del cual se propagan los movimientos sísmicos

**Equiparar:** Hacer que sean equivalentes o iguales dos o más personas o dos o más cosas, o considerar que lo son.

**Estratosféricos:** Que resulta excesivamente elevado.

**Factibilidad** (Factible): adj. Que se puede hacer.

**Felpa:** La felpa es un fondo y un pelo: el fondo lo constituye una urdimbre de seda u otro material teñida en crudo y tramada de algodón, por ejemplo.

**Grafos:** Muy importante es determinar, antes del análisis del término grafos, el origen etimológico del mismo pues nos permitirá conocer de primera mano el porqué de su significado actual.

**Incursiona:** Realizar una actividad distinta de la habitual.

**Inflamables:** Que se enciende con facilidad y desprende llamas

**Integrador:** Que recoge todos los elementos o aspectos de algo.

**Interconectar:** Conectar entre sí dos o más elementos

**Monitoreo:** El término monitoreo podría definirse como la acción y efecto de monitorear. Pero otra posible acepción se utilizaría para describir a un proceso mediante el cual se reúne, observa, estudia y emplea información para luego poder realizar un seguimiento de un programa o hecho particular.

**Nylon:** Fibra textil sintética a base de resina poliamida

**Parámetros:** Un parámetro es una constante o una variable que aparece en una expresión matemática y cuyos distintos valores dan lugar a distintos casos en un problema. Parametrización, representación de una curva o superficie mediante valores arbitrarios o mediante una constante, llamada parámetro.

**Patentes:** Una patente es un conjunto de derechos exclusivos concedidos por un Estado al inventor de un nuevo producto o tecnología, susceptibles de ser explotados comercialmente por un período limitado de tiempo, a cambio de la divulgación de la invención

**Pistón:** Pieza de una bomba o del cilindro de un motor que se mueve hacia arriba o hacia abajo impulsando un fluido o bien recibiendo el impulso de él.

**Plasmarlo:** Dar forma concreta a un proyecto, idea, etc., por medio de fórmulas, palabras, esquemas, etc.

**Polímeros:** Compuesto químico, natural o sintético, formado por polimerización y que consiste esencialmente en unidades estructurales repetidas.

**Polipropileno:** es uno de esos polímeros versátiles que andan a nuestro alrededor. Cumple una doble tarea, como plástico y como fibra. Como plástico se utiliza para hacer cosas como envases para alimentos capaces de ser lavados en un lavaplatos.

**Premisas:** Cada proposición del silogismo, de la que se infiere la conclusión. - Idea que se toma de base para un razonamiento. - Señal o indicio por el que se deduce o conoce algo.

**Prototipo:** Primer ejemplar de alguna cosa que se toma como modelo para crear otros de la misma clase.

**Ramifican:** Dividir o dividirse alguna cosa en distintas partes o ramas unidas a un eje o relacionadas con él; hacer que salgan partes más pequeñas o menos importantes de un centro o núcleo.

**Recesiones:** Una recesión es un decrecimiento de la actividad económica durante un periodo de tiempo. Oficialmente se considera que existe recesión cuando la tasa de variación anual del PIB es negativa durante dos trimestres consecutivos.

**Reside:** Estar establecido en un lugar.

**Software:** Conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora.

**Stand:** Instalación dentro de un mercado o feria, para la exposición o venta de productos.

**Temática:** Tema general o conjunto de temas parciales de una obra, de un autor o de un asunto general.

Diccionario Real Academia (2012). Recuperado el día 01 junio del 2016 de <http://www.rae.es/>



## **INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### ***OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO***

Investigar en el consumidor si el funcionamiento y diseño del reloj despertador podrían generar experiencias positivas a la hora de levantarse.

### ***OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO***

- ✓ Elaborar una técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple que proporcione información verídica y confiable sobre la preferencia del producto en el mercado en cuanto a diseño y funcionamiento.
- ✓ Examinar los resultados del método de muestreo aplicado.
- ✓ Medir el alcance de participación en el mercado.
- ✓ Determinar el grado de competitividad en el mercado.
- ✓ Verificar si la segmentación determinada concuerda con el método de muestreo aplicado.
- ✓ Comprobar la disposición del público objetivo en adquirir el producto.
- ✓ Evidenciar si el mercado al que va dirigido el producto es el más adecuado para su comercialización.

## ***DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN***

### **Definición de metodología**

Con el propósito de investigar y conocer mejor el sector de mercado al que se pretende llegar, se lleva a cabo una investigación mixta, mediante esta técnica se puede obtener una idea clara de los aspectos sobresalientes, intensidades generales de los constructos que se están investigando, así como aspectos culturales y conductuales. Figueroa, González y Solís (1981) explican que la estructura de la investigación mixta va desarrollándose y adquiriendo nuevas relaciones y elementos a medida que aumenta el conocimiento general del individuo, a este respecto se puede considerar que las influencias del medio así como los años de experiencia van enriqueciendo y transformando el significado de los conceptos, con el método de muestreo probabilístico aleatorio simple, que responde a una cantidad de encuestas dependientes de la segmentación previa de mercado.

### **Muestreo**

#### ***Población objetivo:***

La población que se consideró para el proyecto son todas las mujeres de la ciudad de Bogotá con ingresos mensuales mayores a \$1.000,000, entre los 20 y 30 años, que estén interesadas en adquirir un producto útil y llamativo para la decoración de su hogar.

#### ***Unidades de prueba:***

Estudiantes universitarias, trabajadoras de entidades bancarias y empresas que se ajusten a las características de la población objetivo.

#### ***Tamaño de la muestra:***

Población: Bogotá DC

Tamaño: 6.840.116 habitantes.

Muestreo aleatorio simple para poblaciones infinitas (superiores o iguales a 30.000 unidades).<sup>1</sup>

Formulas:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad ; \quad n = \frac{Z^2 s^2}{e^2}$$

### **Variables**

n = Tamaño de la muestra para poblaciones infinitas (superiores o iguales a 30.000 unidades).

Z = Margen de confiabilidad = 95% (que corresponde a 1.96 desviaciones estándar)

s = desviación estándar = 0.5

e = error de estimación = 5% = 0.05

### **Proceso**

$$n = \frac{Z^2 s^2}{e^2} = \frac{(1.96^2)(0.5^2)}{0.05^2} = \frac{(3.8416)(0.25)}{0.0025} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16 = 384 \text{ (aproximando)}$$

n = 384 encuestas

NOTA: Por instrucción del docente tutor se realizaron 106 encuestas.

#### *Selección técnica de muestreo:*

Muestreo probabilístico aleatorio simple: encuestas personales.

Instrumentos de recolección de información

#### **Ejecución del proceso de muestreo:**

Encuestas:

La base del proyecto es encontrar o inferir los gustos, preferencias y necesidades de las mujeres para que adquieran el producto Time Toy y puedan hacer de él un artículo

---

útil y llamativo y sobre todo emocional, es decir, que le genere una experiencia positiva al levantarse cada día. Para iniciar el proceso de investigación cuantitativa se planteó una encuesta de 12 preguntas, las mismas que ayudaran a conocer la preferencia de los posibles clientes.

NUMERO	PREGUNTA	RESPUESTA	TOTAL
<u>1</u>	¿Utiliza usted algún tipo de despertador para levantarse?	SI	102
		NO	4
<u>2</u>	¿Cuál de los siguientes tipos de despertador utiliza?	Televisión	10
		Equipo de sonido	0
		Celular	92
		Reloj despertador	4
<u>3</u>	¿Considera que el tipo de despertador que utiliza es efectivo?	SI	94
		NO	12
<u>4</u>	¿Estaría en disposición de adquirir un producto diferente para levantarse?	SI	70

		NO	36
<u>5</u>	¿Si un nuevo despertador funcionara con movimiento (salta en el momento de su activación) estaría en disposición de levantarse para desactivarlo?	SI	62
		NO	44
<u>6</u>	¿Cree Usted que el hecho de salir de su cama e ir tras el despertador para apagarlo es más efectivo para levantarse?	SI	68
		NO	38
<u>7</u>	Si el despertador, aparte de ser funcional, le genera una experiencia emocional al levantarse ¿Se motivaría a comprarlo?	SI	81
		NO	25
<u>8</u>	Conociendo las características del despertador ¿Qué considera lo más importante?	Apariencia y diseño	9
		Funcionamiento	21
		Efectividad como despertador	76
<u>9</u>	¿En qué tipo de establecimientos comerciales espera encontrar este producto?	Grandes Superficies	12
		Centros de Electrónica	13
		Almacenes de Cadena	81
<u>10</u>	¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su edad?	15 a 20 años	20
		21 a 25 años	48

		26 a 30 años	21
		Más de 30 años	17
<u>11</u>	<b>¿En cuál de los siguientes rangos se encuentran sus ingresos?</b>	Entre \$500.000 y \$1.000.000	43
		Entre \$1.000.000 y \$1.500.000	10
		Entre \$1.500.000 y \$2.000.000	18
		Más de \$ 2.000.000	7
<u>12</u>	<b>¿Cuánto pagaría por un reloj despertador de estas características?</b>	De \$5.000 a \$15.000	31
		De \$15.000 a \$25.000	28
		De \$25.000 a \$35.000	39
		Más de \$ 35.000	8



	<p>Entre \$500.000 y \$1.000.000</p> <p>Entre \$1.000.000 y \$1.500.000</p> <p>Entre \$1.500.000 y \$2.000.000</p> <p>Más de\$ 2.000.000</p> <p>12. ¿Cuánto pagaría por un reloj despertador de estas características?</p> <p>De \$5.000 a \$15.000</p> <p>De \$15.000 a \$25.000</p> <p>De \$25.000a \$35.000</p> <p>Más de\$ 35.000</p>
Tipo de muestreo	Muestreo probabilístico aleatorio simple, en lugares de concentración masiva. El marco muestral utilizado fue el censo de población DANE del 2014, en donde se indica que la ciudad de Bogotá, tiene 6.840.116 habitantes <sup>2</sup>
Grupo objetivo	Mujeres de 20 o 30 años de edad, de niveles socioeconómicos 2,3 y 4, residentes en la ciudad de Bogotá.
Técnica de recolección de datos	Entrevista personal cara a cara.
Margen de error observado	El error estándar máximo observado es de +/- 5% y nivel de confianza del 95%. <sup>3</sup>
Tamaño de la muestra	384 encuestas que representan únicamente el total de habitantes de la ciudad de Bogotá. (Por instrucción del profesor, se realizaron 106 encuestas).
Área / Cubrimiento	Únicamente la ciudad de Bogotá.
Fecha realización trabajo de campo	Marzo 20 y 22 de 2016.

Cuadro 1. Ficha técnica dela encuesta

<sup>2</sup> DANE. (2014). Censo general 2014, resultados series de población. Recuperado el 23 de marzo de 2016, de: [http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=238&Itemid=121](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=238&Itemid=121)

<sup>3</sup> JANY CASTRO, Nicolás, Investigación Integral de mercados: Avances para el nuevo milenio, Capítulo 4 Fundamentos de muestreo, páginas 154 y 155. Editorial McGraw Hill, Cuarta edición, Bogotá – Colombia, 2009.



## **RESULTADOS Y ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN**

### ***Participantes***

A través de muestreo no probabilístico por cuotas se obtuvo la participación de mujeres de la ciudad de Bogotá de la localidad de suba, con edades comprendidas entre los 20 y 30 años.

### ***Técnica***

“Se exploraron los constructos de interés a partir de la Técnica de Redes Semánticas Naturales Modificada” (Salas 2008, p. 133), cuyo objetivo principal fue el obtener el significado cualitativo del reloj Time Toy en mujeres colombianas y determinar las diferencias o similitudes que existen entre estos significados y los propuestos por las diferentes corrientes teóricas. Esta técnica es útil para el estudio de la representación y utilización de la información en la memoria, usada para la determinación del significado de un concepto (Domínguez, 2008). También, es importante mencionar que el significado de un concepto está especificado dentro de los límites de las relaciones con otros conceptos almacenados previamente en memoria. (Salas, Domínguez, 2008).

### ***Resultados***

Con base en el protocolo de las Redes Semánticas Naturales Modificadas, primero se obtuvo el número total de palabras definidoras o tamaño de red (TR). Después se obtuvieron las sumas de las frecuencias ponderadas para cada palabra o peso semántico (PS). La distancia semántica cuantitativa (DSC) se calculó para cada definidora asignando el porcentaje más alto (100%) a aquella palabra que resultó más cercana a cada uno de los estímulos, utilizando el valor PS. El núcleo de la red (NR), simboliza el máximo de palabras asociado a cada estímulo sin que se pierda representatividad de

significado y el punto de quiebre se da en donde el peso semántico empieza a ser asintótico.

Se observa que en la figura 3 que la palabra que define el reloj Time Toy es la puntualidad, que a su vez, es un concepto que se asocia con el tiempo por lo cual la mayoría mujeres utilizan el reloj para cumplir sus compromisos puntualmente. Es interesante como aparecen en el núcleo de la red las palabras sinónimamente relacionadas con la puntualidad y el tiempo, al igual que el horario, la experiencia, sueño, levantarse, compromiso etc.

Con relación a la palabra tiempo, se puede observar un acercamiento distintivo con relación a la puntualidad lo que hace muy similar su significado para las mujeres entrevistadas, sin embargo también se evidencia una acogida en el significado “experiencia” que al parecer solo es un concepto definido de la manera en que las mujeres se levantan cada mañana.

### ***Discusión***

El manejo actual del reloj despertador es una tecnología que ha cambiado la vida diaria de las personas, las cuales solíamos tener problemas con el horario o para llegar a tiempo a diversos lugares a la hora indicada, Los relojes despertadores mecánicos tradicionales poseen una campanilla en la parte superior que produce el sonido, pero los despertadores analógicos pueden hacer otras melodías. Los más sencillos funcionan con pilas hacen un sonido simple, repetitivo, mientras que los más nuevos pueden hablar, reír, o cantar. Algunos poseen radio, que comienza a funcionar a una hora programada. El nombre más específico para este artefacto es radio-reloj. Un celular puede contener una función de despertador o incluir una agenda con alarma y por lo tanto funcionar como tal, los relojes despertadores los podemos encontrar en diferentes tamaños y

diseños pero hasta el momento no hemos encontrado un reloj despertador que cumpla en su totalidad con el despertar de las personas.

La diferencia de nuestro producto Time Toy (mariquita) es una nueva innovación la cual tiene como función hacer que sus “alas” vuelen en el momento de la activación obligando a la persona a levantarse de su cama para que sea desactivado, de otra forma seguirá sonando el tiempo que la persona demore en despertar. Además no solo se quiere innovar en funcionamiento y diseño sino en crear una experiencia más cercana con el producto, es decir, que el consumidor tenga una forma distinta de levantarse cada mañana, que nos cuente su experiencia o que comience el día con una sonrisa.

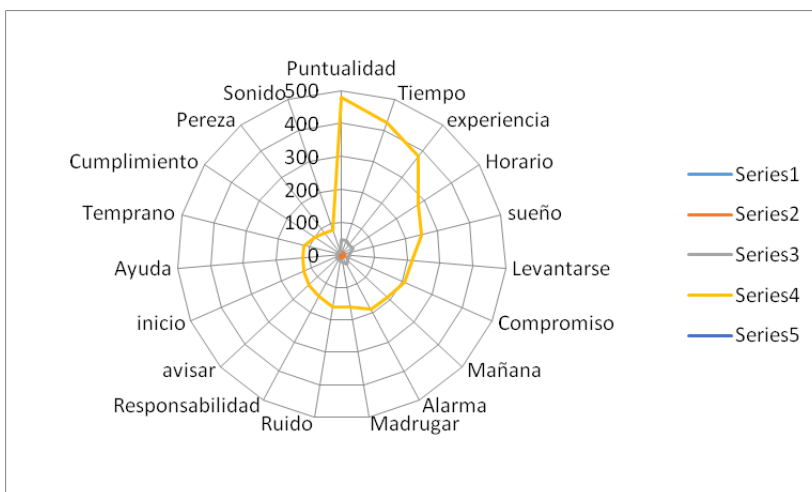


Figura 3. (2016) Redes semánticas

## **CONCLUSIONES ESTRATÉGICAS DE INVESTIGACIÓN**

El estudio de mercadeo nos muestra que hay una opción muy alta de entrar a participar en el mercado, ya que no contamos con un rival directo; nuestros competidores son indirectos (el celular y el tv). El grupo de encuestados está en disposición de adquirir un producto novedoso y efectivo.

La preferencia del mercado en cuanto a la temática propuesta en la investigación, se inclina por el funcionamiento y la experiencia que pueda tener como despertador, más que por su diseño, aunque hay que tener en cuenta que el prototipo del producto no se enseñó a la hora de realizar el muestreo, lo que ha podido alterar la decisión de la población encuestada.

El precio del artefacto juega un papel muy importante debido a que las personas encuestadas sugirieron precios relativos diferentes para el producto; esto significa que su costo debe ajustarse muy bien y concordar con las posibilidades de nuestro posible mercado.

## **PLAN ESTRATÉGICO**

### Análisis situacional (Matriz DOFA)

#### ***Debilidades***

- El producto es solo para mujeres.
- La empresa es nueva y, por lo tanto, no es reconocida.
- No se cuenta con gran capital.
- No es un producto de primera necesidad.

***Oportunidades***

- Crear más diseños para captar nuevas oportunidades de mercado.
- Exportar a otras regiones del país.
- Crear canales de distribución para acaparar un mayor porcentaje del mercado.

***Fortalezas***

- Innovación en diseño.
- No hay una competencia directa.
- Precio razonable.
- Material de fácil adquisición.
- El producto se lanzara antes de fin de año, por ende, la gente cuenta con el dinero para adquirirlo (prima), y es un regalo perfecto.

***Amenazas***

- La incursión de nuevos competidores al mercado.
- Plagio del reloj por parte de los vendedores no oficiales.
- Puede ser dañado fácilmente ya que el material no es muy resistente.

**Análisis de competencia (Matriz MPC)**

MATRIZ MPC							
Variables	Peso	CELULARES		TELEVIOSORES Y/O EQUIPOS		TIMETOY	
		calificac ión	Peso Pond	calificac ión	Peso Pond	calificac ión	Peso Pond
Diversificación de Productos	0,15	5	0,75	3	0,45	1	0,15
Tecnología	0,15	5	0,75	4	0,6	4	0,6
Experiencia	0	3	0,9	1	0,3	2	0,6

		,3					
		0					
Cientes		,2	4	0,8	3	0,6	2
		0					
Precio		,2	2	0.4	1	0.2	5
TOTAL		1		3.4		2.15	2.75

*Cuadro 2. Matriz MPC*

Se identifica que los celulares es en este caso el competidor más amenazador para Time Toy.

Time Toy está 2.75 por arriba de los televisores y equipos, sin embargo los celulares tienen una ponderación de 3.4 lo cual genera una gran competitividad.

Respecto a su amenaza más fuerte se debe mejorar la diversificación de productos y la tecnología mediante desarrollo de una nueva línea del producto para Time Toy, teniendo en cuenta que los celulares llevan más tiempo en el mercado y Time Toy está en desarrollo.

Sin embargo enfatizamos en la captación de cliente, Sabemos que la mayoría de smartphones que existen en el mercado actual permiten ser usados como relojes despertadores a través de una sencilla aplicación. Sin embargo, muchas personas siguen prefiriendo un reloj despertador independiente. Esto se debe a que el teléfono puede descargarse durante la noche lo que hace a un Smartphone poco confiable como despertador.

Otras personas desean simplemente apagar sus teléfonos inteligentes cuando se van a la cama, de manera que prefieren tener un reloj despertador sobre la mesita de noche.

## SEGMENTO DE MERCADO

### *Perfil del consumidor*

Guest (1995) afirma: “Las primeras investigaciones sobre el consumidor juvenil datan de los años cincuenta” sin embargo no es hasta la década de los años sesenta y sobre todo en los setenta, cuando se pone en evidencia el potencial del colectivo juvenil como mercado de referencia y por lo tanto la necesidad de comprender los procesos que desarrollan los jóvenes a la hora de seleccionar productos y establecimientos, o el papel de la familia y los iguales en la conformación de sus patrones de consumo.

El grupo de discusión de la presente investigación a evaluar es femenino en edades de 20 a 30 años de la localidad de Suba en las zonas de San Jose de Bavaria, Niza y Tibabuyes este tipo de cliente abre una línea de estudios en la motivación y significado como consumidor y los agentes que influyen sobre el proceso de socialización como consumidores.

### *Aspecto Geográfico*

Cuenta con 259 barrios ubicados en las distintas UPZ (La Unidad de Planeamiento Zona) como se relacionan a continuación: La Academia, Guaymaral, Aeroparque, Arrayanes, Cerro La Conejera, La Hacienda, Las Mercedes, San José de Bavaria, Britalia, El Prado, La Alambra, Casablanca Suba, Niza, La Floresta, Suba, El Rincón, Tibabuyes. En la localidad de Suba el 70% de la población de la localidad está clasificada en estratos 1, 2 y 3 el resto en estratos 4, 5 y 6. El 90% de los desarrollos y urbanizaciones de estratos 1, 2 el objetivo del proyecto Time Toy es penetrar el

mercado en el 30% de la población de la localidad de suba de estratos 4,5 y 6 en las siguientes zonas:

San José de Bavaria se localiza sobre la autopista Norte entre calles 170 y 183; tiene una extensión de 438 ha. Esta UPZ limita por el norte con el futuro canal Guaco (calle183), futuro trazado de la avenida Boyacá, por el oriente con la avenida Paseo de los Libertadores o autopista Norte, por el sur con la avenida San José (calle 170) y por el occidente con la zona de Reserva Forestal Regional (cerro La Conejera).

Niza se localiza sobre la carrera 46 entre las calles 125 y 138; es la UPZ más extensa con una superficie de 757 ha. Limita por el norte con el Camino del Prado (calle 138), transversal de Suba, por el oriente con el canal de Córdoba y la avenida Córdoba (carrera 46), por el sur con el humedal de Córdoba, la avenida Boyacá, el Club Los Lagartos y la calle 125 y por el occidente con el costado norte del parque del Indio, cresta sur del cerro de Suba.

Tibabuyes se ubica en el extremo suroccidente de la localidad junto al río Bogotá; tiene una extensión de 726 ha. Esta UPZ limita por el norte con el humedal de La Conejera, por el oriente con la futura avenida Longitudinal de Occidente (ALO), por el sur con el humedal Juan Amarillo y por el occidente con el río Bogotá.

Se escogieron las anteriores zonas por su estrato socioeconómico, teniendo en cuenta la calidad de vida e ingreso mensual de las personas, en estas zonas se ramifican diferentes barrios a los que el producto TIME TOY incursionaría con un stand en los centros comerciales más cercanos



### *Aspecto Demográfico*

La población de Bogotá para 2009 es de 7.259.597 personas y la de Suba es de 1.018.629, que representan el 14,0% de los habitantes del Distrito Capital, de acuerdo con las proyecciones de población del Censo General 2005. El 46.6% (457.378) son hombres y el 53.4% (524.235) son mujeres, distribuidas por grupos etéreos así: el 60.4% en el grupo de 20 - 40 años; el 24.1% de 12- 25 años; el 12.0% de 5-11 años; el 8.2% menores de 4 años y el menor porcentaje de 5.4% entre 65 y más años. El segmento de mercado de time Toy se centra en el 50,4% de la población femenina entre el rango de 20 a 25 años.

la suma de la población femenina menor de 15 años más la población mayor de 64 años y la población entre los 15 y los 64 años de edad, los cuales se consideran potencialmente activos La relación de dependencia muestra la carga demográfica de las mujeres jóvenes y las mujeres adultas con respecto de las personas en edades activas, sin embargo, es necesario hacer algunas precisiones al respecto, no todas las mujeres mayores de 65 años dejan de ser económicamente activas y no todas las mujeres entre 15 y 64 años se incorporan a la sociedad de manera activa, por esta razón se ha tomado el rango de edad de 20 a 30 años para el producto Time Toy , particularmente hoy cuando el entrenamiento de las mujeres para la vida laboral se ha prolongado y permanecen más tiempo en el sistema educativo y no en el mercado laboral, lo que hace que su dependencia vaya más allá de los 15 años. Lo anterior sugiere que la utilidad del indicador se puede hallar en el ámbito económico, las demandas de las mujeres menores de 15 años son muy distintas de las demandas de las personas entre 15 y 64 años y las mujeres mayores de 65 años, tienen demandas distintas de los otros dos grupos. La

orientación que brinda este indicador está encaminada en detectar y satisfacer adecuadamente dichas demandas y garantizar la atención que requieren amplios sectores de la población trabajadora.

### *Aspecto Psicográfico*

Son mujeres profesionales e independientes económicamente. De carácter abierto. Suelen ser mujeres con un buen nivel cultural y planean un futuro basado en la independencia económica y personal, fijan objetivos y no descansan hasta conseguirlos. Como contrapartida, su soledad a veces las vuelve maniáticas y recelosas con sus cosas. Además de metódicas y cuadrículadas, es la cara y cruz de esta nueva raza urbana. Las solteras, son un grupo de alto nivel de consumo. Al no tener familia, carecen de responsabilidades hacia terceros, por eso invierten en ellas mismas. Esto no significa que gasten más de lo que tienen.

Tienen un concepto muy alto del ahorro, pero el resto lo destinan para sus caprichos. Entre sus prioridades Viajes. Aprovechan sus vacaciones para conocer nuevos lugares.

En el momento de la compra les encanta ir de tiendas, pero son exigentes con lo que compran. Entre sus productos más demandados se encuentran la ropa (cómoda, elegante y multifuncional), la cosmética y cosas para el hogar. Buscan productos modernos y novedosos.

### *Aspecto Conductual*

Ocio, cine, libros, música, salir con las amigas, saben disfrutan a tope de su tiempo libre, también les interesa el mundo de las finanzas. Por eso parte de su stock lo dedican a invertir, no sin antes haberse informado exhaustivamente. Por todo ello, y debido al auge de este nuevo sector social, se han convertido en blancos perfectos para el mercado de consumo. Es una nueva forma de organización familiar que surge con fuerza en las sociedades modernas. Su independencia personal y económica les permite asumir solas la educación de sus hijos.

### *Ingreso percápita*

De acuerdo con los resultados del Censo 2014 del DANE, el total de hogares particulares censados en Suba corresponde a 266.615, de los cuales 7.942 (3,0%) tiene alguna actividad económica al interior de los mismos, el promedio de personas empleadas según censo fue de 408.105 para la localidad de Suba, que representan el 7,3% del total de promedio de empleados.

LOCALIDAD	Población ocupada	TIPO DE TRABAJO:							
		Permanente		Ocasional		Estacional		Sin información	
		Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Suba	408.105	349.8	85,0	400,1	97,8	86,2	21,1	0,0	0,0
	5	620	5,7	400	2,3	86	,0		

Cuadro 3. Actividad Económica Localidad de Suba

De 408.105 personas ocupadas en Suba, el 85,7% se encuentran vinculadas de manera permanente, siendo la sexta localidad con mayor porcentaje de población empleada de esta forma; mientras que el 12,3% es ocasional y el 2,0% de manera estacional.

LOCALIDAD	Total ocupados	Tasa de Ocupación (TO)	Hombre		Mujer	
			Ocupados	TO	Ocupados	TO
Suba	408.10	49,87	217.7	58,	190.3	42,
	5		33	74	72	53

Cuadro 4. Tasa de ocupación por sexo, según localidad

### **ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA Y PROYECCIÓN DE MERCADOS**

#### *Estimación de la Demanda*

El mercado es clave para toda inversión que se hace con la intención de generar ingresos y ganancias. La medida de la demanda para el producto TIME TOY será la cantidad de personas que lo compran o hacen uso del mismo. Esto significa que, cuando

se elabora el producto e ingresa al mercado, el producto debe cumplir con las características que los usuarios buscan, en términos de, precio, calidad, y oferta estacional, entre otros factores. Si esto se consigue, el producto se vende y el dinero generado se emplea para continuar con las operaciones y para cubrir los costos de la inversión.

Teniendo en cuenta lo anterior TIME TOY por sus bajos costos a diferencia de Los dispositivos electrónicos (celulares) y su portafolio de productos diferenciadores, garantiza una oportunidad de exposición mayor, por tanto se prevé una buena acogida en nuestros clientes.

Población total de suba: 1.018.629

Población de mujeres: 524.235

Población de mujeres empleadas: 190.372

Mujeres entre un rango de 20 a 30 años: 60.4%

N= Número de compradores posibles: 114.984

P= Precio promedio del producto: \$25.208

q= Cantidad promedio de consumo del producto: 1 anual

$Q = N * P * q$

$Q = 114.984 * \$ 25.208 * 1$

$Q = 2898516672$  potencial total de mercado.

## ***PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO***

### **Objetivo General del Plan de Mercadeo**

Lanzar al mercado en el año 2017 el nuevo reloj despertador “Time Toy” y alcanzar unas ventas de 1700 unidades en la ciudad de Bogotá localidad de Suba para que la empresa sea competitiva en el mercado.

### **Objetivos específicos del Plan de Mercadeo**

- Realizar campañas publicitarias en diferentes medios de comunicación, como Facebook, twitter e Instagram.
- Definir el sitio prospecto para introducir el producto al mercado
- Crear una relación directa con el cliente en el punto de venta
- Establecer alianzas a largo plazo con los proveedores para garantizar el equilibrio financiero de la empresa.

## **PLAN TÁCTICO**

### ***TÁCTICAS DE PRODUCTO***

#### ***Estrategia de Producto.***

Después de revisar el producto, su factibilidad, diseño y funcionamiento, se realizaron las siguientes correcciones bajo la asesoría del diseñador industrial Cesar Augusto Soto de la universidad Nacional de Palmira valle y Sebastián Segura Diseñador gráfico de la universidad de la Salle:



*Figura 3.* (2015) Prototipo Time Toy

- Cambio de nombre del producto: Time Toy. Squirrelclock es difícil de pronunciar y menos comercial.
- Cambio en el diseño del producto. Se cambia su forma (de una ardilla a una mariquita) porque el diseño era poco atractivo, por lo tanto, consideramos que su factibilidad comercial sería escasa.
- Cambia su estilo de funcionamiento, la mariquita no se desplaza de un lugar a otro sino es su parte superior se encontrarán las alas que saltarán al momento de la activación “alarma”.

Cambio en los materiales de producción: de felpa (23,45 centímetros cuadrados) a plásticos (polipropileno 113.78 gramos), puesto que al modificar el diseño, cambio el material de producción; además el polipropileno es menos inflamable y más higiénico que la felpa.

Time Toy es un reloj convencional, llamativo e innovador pero su valor diferenciador se basa en las experiencias que causa el mismo cuando la persona lo utiliza y que serán evidenciadas en diferentes canales de comunicación (Facebook, YouTube, blogs).

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO O SERVICIO</b>
<b>Nombre del Producto o Servicio</b>
TIME TOY
<b>Grupo al que pertenece el Producto o Servicio</b>
CODIGO: 54111602 TITULO EN ESPAÑOL: Relojes de repisa o de mesa <sup>4</sup>
<b>Unidad de medida, presentación y empaques comerciales</b>
UNIDAD
<b>Descripción General</b>
Despertador con tecnología electrónica fabricado en polímero resistente al impacto, que tiene como función hacer volar sus alas en el momento de su activación. Tiene forma de mariquita y funciona con corriente eléctrica.
<b>Composición del Producto o Servicio</b>
FORMA: Mariquita MATERIALES: Polímeros (polipropileno 113.78 gramos), mecanismo de curda, Reloj digital, carcasa de mariquita, alas mariquita.
<b>Tipo de Conservación (Sólo para Producto)</b>
Conservar a temperatura ambiente y alejado de fuentes inflamables
<b>Tipo de Tratamiento (Proceso de elaboración) del Producto</b>
El proyecto está en etapa exploratoria, por lo tanto se elaboró un prototipo en icopor y acetato para visualizar su forma en tamaño real.
<b>Vida útil estimada del producto</b>
Tres años
<b>Lugar de elaboración</b>
Palmira, Valle. El diseñador industrial Cesar Soto tiene su domicilio en esta ciudad y Sebastián Segura Diseñador gráfico de la universidad de la Salle, ellos elaboraron el prototipo.

Cuadro 5. Ficha técnica de producto o servicio.

<sup>4</sup> RUE. (2012). Sistema electrónico para la contratación pública. Codificación Estandarizada Internacional de Bienes y Servicios para el Comercio Electrónico (UNSPSC de Naciones Unidas). Recuperado el 23 de marzo de 2016, de <https://www.contratos.gov.co/puc/codificacion.html>



## **TÁCTICAS DE PRECIO**

### ***Estrategia del Precio.***

TIME TOY plantea de la siguiente manera como se obtiene el precio por el producto:

#### ***Precio neto.***

El precio neto del producto se obtiene de los costos totales de funcionamiento que son \$ 26.141.667 dividido entre la producción mensual de 100.000 unidades del reloj time toy para un precio unitario de \$ 26.142

#### ***Precio de venta al público.***

El Reloj despertador TIME TOY tiene un costo unitario de \$ 31.090

costos totales	\$	25.625.000
crédito pago mensual con intereses	\$	516.667
total funcionamiento mensual para producir 1000 unidades	\$	26.141.667

precio neto	\$	26.142
Porcentaje de rentabilidad (20%)	\$	5.767
total precio	\$	31.909

*Cuadro 6. Costo Unitario de Reloj Time Toy*

### ***Estrategias de Precio.***

El reloj despertador Time Toy tiene un precio de \$ 31.909 y se incentiva al cliente, bajando el costo cuando compran tres unidades a \$ 86.268, esto se obtiene porque se aplica una rentabilidad del 10% para el pago, esto con el fin de fidelizar a los consumidores, de igual forma que el producto sea más reconocido. El precio lo podrán cancelar en efectivo, tarjeta de crédito/débito.

	PRECIO POR COSTO	RENTABILIDAD	TOTAL
PRECIO POR 3 TIME TOYS	\$ 78.425	\$ 7.843	\$ 86.268

Cuadro 7. Estrategia de precio

### ***TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN***

#### ***Estrategia de Promoción***

Participaremos con un stand en el evento WatchBO del 20 al 23 de Octubre de 2016 en Centro Internacional de Negocios Corferias, donde se exhiben más de 100 marcas de relojes famosos de todo el mundo. Los expositores aquí toman la oportunidad de presentar sus últimas creaciones y tendencias actuales de esta fascinante industria. Por lo tanto, el evento es una importante plataforma de información y la comunicación de la industria relojera. Ofrece a los participantes excelentes oportunidades para conocer a potenciales clientes, promover la venta de sus productos y mejorar sus conocimientos del mercado. También estarán presentes representantes colombianos famosos así como distribuidores autorizados.

Para llegar a los clientes de Time Toy también es importante determinar que es un producto que quiere brindar no solo una forma de uso sino un nuevo despertar, es decir, una experiencia de vida, por esta razón la manera indicada es por medio de las siguientes estrategias:

Redes Sociales, una de las principales fortalezas de las redes sociales radica en su poder de promoción. El contenido viral con el que se propagan las noticias es, sin duda, un gran aliado de Time Toy.

Facebook, cuanto más se conozca el producto, mayores serán las ventas y exposición de nuestros contenidos, la segmentación es muy efectiva en Facebook al implementar una estrategia segmentada y destinada específicamente a los usuarios con intereses específicos, en este caso Time Toy se mostrara como producto fácil de conseguir por medio de un excelente contenido, utilizaremos esos mismos criterios para dar a conocer nuestro producto y nueva forma para que el cliente participe contando su experiencias que genera al levantarse con nuestro producto.

<https://www.facebook.com/time.toy.12>

Twitter, nos permitirá el monitoreo de las tendencias atendiendo a criterios de ubicación geográfica arrojando información de interés por proximidad, Twitter es una plataforma pensada para la promoción y consolidación de las estrategias de marketing de TIME TOY a través de entornos móviles, la ubicación de los usuarios que interactúan desde dispositivos móviles.

Youtube en esta plataforma se pondrán algunas experiencias de clientes que hayan utilizado el producto, en donde contarán diferentes anécdotas que atraigan a más público.

### ***Inventario***

Se cuenta con una bodega de 100 mts<sup>2</sup> ubicada en el barrio galerías. Inicialmente se ensamblara el producto en la misma y desde allí se enviaran a los distintos canales de distribución, el material defectuoso se almacenara en un sitio de la bodega.



Figura 4. (2016) Bodega Inventario

### ***TÁCTICAS DE PLAZA Y DISTRIBUCIÓN***

Un canal de distribución es el camino que lleva a un producto desde el productor hasta el consumidor. Los canales de distribución cuentan con una longitud variable en las empresas modernas. Un canal directo de distribución es la forma más corta y sencilla de canal de distribución y se ha convertido en algo cada vez más común desde la llegada de Internet (Rojas, 2016).

Una cadena de distribución directa puede implicar una venta cara a cara. Las cadenas de distribución que implican minoristas no afiliados o mayoristas no pueden ser descritas como canales directos de distribución y, en cambio, se clasifican como cadenas indirectas de distribución (Rojas, 2016).

Para nuestro producto Time Toy nuestro canal directo será una isla que se colocara en un principio en dos centros comerciales Centro Suba y plaza imperial, Según la revista Dinero Bogotá fue uno de los epicentros del crecimiento de los centros

comerciales, dado que los 20 más importantes de la ciudad registraron ingresos cercanos a los \$276.000 millones, según un estudio realizado por la firma Mall & Retail.

Andino, por su parte, se ubicó primer lugar con \$ 10.480.926 millones, aunque también reportó una disminución frente al 2014 (5%). El segundo lugar del ranking lo ocupó el Centro Comercial Unicentro con ingresos superiores a los \$ 9.031.044 millones, 7,3% menos de lo registrado en el ejercicio anterior.

En la posición 10, se encuentra en centro comercial plaza imperial con ingresos superiores \$4.845. 957 y en la posición 18 centro suba con ingresos superiores a \$ 906. 175 175 lo que significa que puede ser rentable posicionar un stand en los mismos.



Figura 5. (2016) REVISTA DINERO. Ranking de los centros comerciales en la Ciudad de Bogotá

Finalmente, el documento revela que la industria de los centros comerciales presenta un panorama "esperanzador" pues en febrero registró un crecimiento del 8,2% y en el acumulado de los dos primeros meses del año reportaron 7,9%.

Tan solo para 2016 se espera la apertura de 23 nuevos centros comerciales que generarían un total de 664.317 m<sup>2</sup> de áreas nuevas. Y en los próximos tres años se

espera la apertura de otras 47 plataformas comerciales por una inversión total de \$ 6,7 billones.

Teniendo en cuenta lo anterior se tomara en alquiler de 2 metros cuadrados en los centros comerciales plaza imperial y centro suba se instalara un sobre piso y se colocara las vitrinas con el producto.



*Figura 6. ( 2016) Stand Prototipo Time Toy*

Según especificaciones de los centros comerciales debemos tener en cuenta los siguientes documentos:

Cámara de Comercio

Rut

Dian

Aparte de esta documentación el centro comercial solicita un contrato por mínimo tres meses donde con antelación nos indica las normas a cumplir del manual de convivencia del centro comercial. El stand estará construido por tubos de aluminio que hacen que el stand sea muy resistente pero muy liviano a la vez y acoples macizos de nylon plástico de alta resistencia y durabilidad. Los muros pueden cubrirse con

diferentes materiales entre ellos: Láminas plásticas semi rígida enrollable, PVC, banner o madera.

#### *Ventajas*

Debido a que no hay intermediarios que compartan los beneficios, los canales de distribución más directos tienden a tener mayores tasas de ganancia que los canales de distribución indirectos. Tendremos en cada una isla personas capacitadas en el mercadeo que maneje fluidez verbal y tengan buen servicio al cliente, la idea es colocarle unas metas de crecimiento en ventas de cada vendedor.

Otra ventaja que vemos es que el cliente recibe toda la información personalizada del producto.

#### *Desventajas*

La desventaja más obvia es que un canal de distribución directo no puede competir con el alcance geográfico y el volumen de negocio de un canal de distribución que incluye a los principales mayoristas y minoristas.

## **RESULTADOS FINANCIEROS**

### *PUNTO DE EQUILIBRIO*

El punto de equilibrio se encuentra al 5to mes de funcionamiento con un promedio de crecimiento mensual de 100 unidades, es decir, en el mes de octubre se alcanzaría una cantidad de 900 unidades para un total de ventas de \$28.717.100 superando el costo total de producción \$

26.141.667.

	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	INVERSION INICIAL	BANCOS	INTERES MENSUAL
ARRIENDOS CON SERVICIOS (AGUA-LUZ)	\$ 4.000.000				
INTERNET + TELEFONO	\$ 45.000				
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN			\$ 1.000.000		
MUEBLES DE OFICINA			\$ 600.000		
MANUTENIMIENTO Y REPARACIONES		\$ 100.000			
MATERIA PRIMA	\$ 7.000.000				
EQUIPO DE TRANSPORTE(camioneta)	\$ 2.080.000				
HERRAMIENTAS DE TRABAJO			\$ 1.000.000		
GASTO DE COMUNICACIÓN	\$ 400.000				
CREDITO LIBRE INVERSION				\$ 10.000.000	\$ 100.000
NOMINA	\$ 12.000.000				
APORTE INICIAL SOCIOS				\$ 6.000.000	
TOTAL	\$ 25.525.000	\$ 100.000	\$ 2.600.000	\$ 16.000.000	
COSTOS TOTALES	\$ 25.625.000				
CREDITO PAGO MENSUAL CON INTERES	\$ 516.667				
TOTAL FUNCIONAMIENTO MENSUAL PARA PRODUCIR 1000 UNIDADES	\$ 26.141.667				
PRECIO NETO	\$ 26.142				
PORCENTAJE DE RENTABILIDAD (20%)	\$ 5.767				
TOTAL PRECIO	\$ 31.909				

Cuadro 9. Costos de Funcionamiento

MES	PRODUCCION EN UNIDADES	UNIDADES VENDIDAS	STOCK DISPONIBLE	INVERSION	RENTABILIDAD
JUNIO	1000	500	500	\$ 28.741.000	\$ 15.954.500
JULIO	1000	600	900	\$ 26.141.667	\$ 19.145.400
AGOSTO	1000	700	1100	\$ 26.141.667	\$ 22.336.300
SEPTIEMBRE	1000	800	1300	\$ 26.141.667	\$ 25.527.200
OCTUBRE	1000	900	1400	\$ 26.141.667	\$ 28.718.100
NOVIEMBRE	1000	1000	1400	\$ 26.141.667	\$ 31.909.000
DICIEMBRE	1000	1100	1300	\$ 26.141.667	\$ 35.099.900
ENERO	1000	1200	1100	\$ 26.141.667	\$ 38.290.800
FEBRERO	1000	1300	900	\$ 26.141.667	\$ 41.481.700
MARZO	1000	1400	500	\$ 26.141.667	\$ 44.672.600
ABRIL	1000	1500	0	\$ 26.141.667	\$ 47.863.500
MAYO	2000	1700	300	\$ 52.283.334	\$ 54.245.300
TOTAL				\$ 342.441.004	\$ 405.244.300
				RESULTADO ANUAL	\$ 62.803.296

Cuadro 8. Punto de Equilibrio



## ESTADO DE RESULTADOS A 1 AÑO

**TIME TOY**  
**Estado de resultados**  
**Para el año que finaliza el 30 /05/2017**

<b>Ingresos:</b>		
Ventas brutas		\$b 405.244.000
Menos: Devoluciones y provisiones		\$b 0
<b>Ventas netas</b>		<u>\$b 405.244.000</u>
<b>Costo de las ventas</b>		
	\$b 0	
Más: Compras	\$b 2.600.000	
	\$b 0	
Mano de obra directa	\$b 108.000.000	
Gastos indirectos	\$b 10.000.000	
	<u>\$b 120.600.000</u>	
Menos: Inventario final	<u>\$b 9.572.700</u>	
<b>Costo de las ventas</b>		<u>\$b 111.027.300</u>
<b>Ganancia (pérdida) bruta</b>		\$b 294.216.700
<b>Gastos:</b>		
Publicidad	\$b 6.000.000	
	\$b 0	
	\$b 0	
Gastos bancarios	\$b 6.200.000	
	\$b 0	
	\$b 0	
Mano de obra contratada	\$b 48.000.000	
Gastos de tarjetas de crédito	\$b 10.000.000	
Gastos de entrega	\$b 24.960.000	
Depreciación	\$b 0	
	\$b 0	
Seguros	\$b 40.000.000	
	\$b 0	
Mantenimiento	\$b 1.200.000	
Varios	\$b 1.000.000	
Gastos administrativos	\$b 5.000.000	
Gastos operativos	\$b 7.000.000	
	\$b 0	
Permisos y licencias	\$b 5.000.000	
	\$b 0	
Honorarios profesionales	\$b 2.000.000	
	\$b 0	
Alquileres	\$b 48.000.000	

Reparaciones	\$b 10.000.000	
Teléfono	\$b 540.000	
	\$b 0	
Servicios públicos	\$b 2.000.000	
Gastos de los vehículos	\$b 3.000.000	
	\$b 0	
<b>Total de gastos</b>		<b>\$b 219.900.000</b>
<b>Ingresos operativos netos</b>		<b>\$b 74.316.700</b>
<b>Otros ingresos</b>		
Beneficio (pérdida) por venta de activos	\$b 5.000.000	
Ingresos por intereses	\$b 0	
<b>Total de otros ingresos</b>		<b>\$b 5.000.000</b>
<b>Ganancia (pérdida) neta</b>		<b>\$b 79.316.700</b>

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aviram, S. (2002). *Origen historia y evolución de las TICS*. Colombia, Antioquia: Editorial UNAD.
  - Barquero. J. (2005). *Enciclopedia del reloj de bolsillo*. Barcelona editorial Amat
- Castro J. (2009) Investigación Integral de mercados: Avances para el nuevo milenio, Capitulo 4 Fundamentos de muestreo, páginas 154 y 155. Editorial McGraw Hill, Cuarta edición, Bogotá – Colombia, 2009.

- DANE. (2014). Censo general 2014, resultados series de población. Recuperado el 01 de abril de 2016, de: [http://www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=238&Itemid=121](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=238&Itemid=121)
- Dominguez, U. (2008). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Editorial Morata.
- Expansión. (2012). *El millonario negocio de contar el tiempo*. Recuperado el 01 de abril de <http://expansion.mx/especiales/2012/10/18/el-millonario-negocio-de-contar-tiempo>
- Figueroa, H. (1981). *Interacción Simbólica: Perspectiva y Método*. Madrid: Editorial EnglewoodCliffsN.J:Prentice Hall.
- Garrido, F. (2013). *Cultura digital e investigación comercial de mercados*. América: Editorial Kairos
- Gonzales, I (2012). *Los relojes y el tiempo*. Barcelona, universidad Jaume
- Guest, I, (1995) *Los niños como consumidores. Algunas reflexiones. Actas del VII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*. Barcelona: 309-313
- Henríquez, M. (2004). *Una aproximación teoría james C Scott*. México, Distrito Federal: Editorial Dimas
- Jaberg, S. (2015) *La relojería no puede recurrir a viejas recetas*. Recuperado el 24 de marzo de 2016, de: [http://www.swissinfo.ch/spa/asumir-riesgos\\_-la-relojer%C3%ADa-no-puede-recurrir-a-viejas-recetas-/41211418](http://www.swissinfo.ch/spa/asumir-riesgos_-la-relojer%C3%ADa-no-puede-recurrir-a-viejas-recetas-/41211418)
- Kurt, L. (1942). *La teoría de campo y el aprendizaje*. Estados Unidos: Editorial Yale University Press
- Kotler, P (2004). *Los 10 principios del Nuevo Marketing fórum Mundial de Marketing*.
- Luna, D. (2016). *Debemos pasar del internet del consumo al internet de la producción*. Ministerio de las Tecnologías De las Comunicación
  - Matamoros, C. (2012). *El millonario negocio de contar el tiempo*.

Comentario [e2]: Hipervinculos desactivarlos>???

Expansión en alianza con CNN. Recuperado de  
<http://expansion.mx/especiales/2012/10/18/el-millonario-negocio-de-contar-tiempo>.

- Minicomercio industria y turismo (2016). Colombia reunirá la alta relojería mundial en watchbo2013  
 Recuperado el 24 de marzo de 2016, de:  
<http://www.colombia.co/tag/industria-relojera-en-colombia>
- Perez, J. (2015) El sector industrial colombiano necesita innovar. Colaboración especial, Universidad valle.
- Salas, D. (2008). *Nuevas direcciones en la investigación socialización*. *American Psychologist*, 35(12), 639-652.
- Santos, C. (2004). *Creación de contenidos en Puro Marketing sobre marketing online y Social Media*. Madrid: Editorial fundesco
- Rojas J (2016). Que es un canal directo de distribución pequeña y mediana empresa.  
 Recuperado el 20 de abril del 2016 de:  
<http://pyme.lavoztx.com/qu-es-un-canal-directo-distribucion-6532.html>.
- RUE. (2012). Sistema electrónico para la contratación pública, Codificación Estandarizada Internacional de Bienes y Servicios para el Comercio Electrónico (UNSPSC de Naciones Unidas).  
 Recuperado el 01 de abril de 2016, de  
<https://www.contratos.gov.co/puc/codificacion.html>
- Weineck. J. (2001). *Salud, ejercicio y deporte* Barcelona editorial. paidotribo

## ANEXOS

### Formatos de Recolección de Datos

nombre	edad	estrato	palabras	valor	ponderación	frecuencia
Carolina	23	3	accesorio	1	10	1

Fernandez						
			Activacion	1	10	2
			Activacion	1	10	
			activador	4	7	1
			actividad	5	6	
Tatiana Bernal Nivia	25	4	actividad	4	7	
			Afan	2	9	4
			afan	1	10	3
			afan	2	9	
			Afan	2	9	
johana yanquen	19	3	Agilidad	2	9	3
			agilidad	5	6	
			agilidad	4	7	
			Alarma	5	6	31
			Alarma	5	6	
Indira Alexandra Ramirez	23	4	Alarma	5	6	
			Alarma	5	6	
			Alarma	3	8	
			Alarma	4	7	
			Alarma	4	7	
Adriana Abaunza	24	3	Alarma	5	6	
			Alarma	5	6	
			Alarma	5	6	
			Alarma	4	7	
			alarma	3	8	
ximena otero	24	3	alarma	1	10	
			alarma	1	10	
			alarma	1	10	
			alarma	3	8	
			alarma	2	9	
sofia severiche	22	2	alarma	1	10	
			alarma	2	9	
			alarma	1	10	
			Alarma	5	6	
			Alarma	3	8	
daisy saavedra	29	4	Alarma	4	7	
			Alarma	4	7	
			Alarma	5	6	
			Alarma	5	6	
			Alarma	5	6	
liliana	29	3	Alarma	4	7	

sepulveda						
			Alarma	3	8	
			Alarma	3	8	
			Alarma	2	9	
			Alerta	4	7	11
Isidora Levine	28	3	Alerta	5	6	
			Alerta	5	6	
			alerta	1	10	
			alerta	1	10	
			alerta	2	9	
Lina Moreno	25	3	alerta	2	9	
			Alerta	4	7	
			Alerta	5	6	
			Alerta	5	6	
			Alerta	2	9	
Florencia Leyton	22	4	aliado	5	6	1
			Amanecer	2	9	3
			amanecer	5	6	
			Amanecer	2	9	
			Apagarlo	2	9	2
Fania Gonzales	24	3	Apagarlo	2	9	
			Aparato	5	6	5
			Aparato	1	10	
			aparato	5	6	
			Aparato	5	6	
Flor Angela Mendez	22	4	Aparato	1	10	
			Arriba	1	10	2
			Arriba	1	10	
			atencion	4	7	1
			automatico	2	9	1
Angie Narvaez	22	4	avisar	3	8	17
			Avisar	2	9	
			avisar	2	9	
			Avisar	4	7	
			avisar	5	6	
Cristina Villamizar	22	4	avisar	2	9	
			avisar	2	9	
			avisar	4	7	
			avisar	2	9	
			avisar	5	6	
maryory sanchez	25	3	avisar	5	6	
			avisar	3	8	

			avisar	3	8	
			avisar	3	8	
			Avisar	2	9	
anny sarmiento	29	3	avisar	2	9	
			Avisar	4	7	
			Ayuda	2	9	13
			ayuda	1	10	
			ayuda	1	10	
luz elena perilla	23	3	ayuda	4	7	
			ayuda	1	10	
			ayuda	5	6	
			ayuda	4	7	
			ayuda	1	10	
luz dary castillo	26	2	ayuda	3	8	
			ayuda	5	6	
			ayuda	1	10	
			ayuda	5	6	
			Ayuda	2	9	
camila hernandez	18	2	Bañarse	2	9	1
			barato	1	10	1
			beneficio	4	7	3
			beneficio	5	6	
			beneficio	2	9	
michel tatiana vasquez	27	3	bonito	2	9	2
			bonito	4	7	
			Cama	3	8	3
			cama	3	8	
			Cama	1	10	
Camila Liceras	30	2	cesar	5	6	1
			Clase	5	6	4
			Clase	4	7	
			Clase	4	7	
			Clase	5	6	
Isabella Levy	22	2	color	1	10	1
			comienzo	5	6	1
			Compromiso	1	10	21
			Compromiso	2	9	
			Compromiso	1	10	
rosa valdez	21	2	Compromiso	4	7	
			Compromiso	4	7	
			Compromiso	5	6	
			compromiso	3	8	
			compromiso	1	10	

elizabeth roncancio	20	2	compromiso	2	9	
			compromiso	5	6	
			compromiso	4	7	
			compromiso	2	9	
			compromiso	3	8	
ilse amanda bolaños	20	3	compromiso	3	8	
			Compromiso	2	9	
			Compromiso	1	10	
			Compromiso	4	7	
			Compromiso	4	7	
amanda calderon	24	2	Compromiso	4	7	
			Compromiso	2	9	
			Compromiso	5	6	
			control	5	6	3
			control	3	8	
eliana rubio	29	4	control	5	6	
			Correr	1	10	2
			Correr	1	10	
			costo	5	6	1
			Cumplimiento	4	7	14
diana carolina padilla	27	4	Cumplimiento	4	7	
			cumplimiento	2	9	
			cumplimiento	2	9	
			Cumplimiento	5	6	
			Cumplimiento	2	9	
maria teresa martinez	28	4	cumplimiento	5	6	
			cumplimiento	5	6	
			Cumplimiento	4	7	
			Cumplimiento	4	7	
			Cumplimiento	2	9	
heidy hernandez	27	3	Cumplimiento	2	9	
			Cumplimiento	5	6	
			Cumplimiento	2	9	
			Depresion	1	10	2
			Depresion	1	10	
jenny campos	29	2	Desactivar	1	10	2
			Desactivar	1	10	
			Desalmado	4	7	2
			Desalmado	4	7	
			desesperacion	2	9	3



liliana rivera	26	4	desesperacion	3	8	
			desesperacion	4	7	
			Despertar	1	10	38
			Despertar	5	6	
			Despertar	4	7	
Gladis Adriana Becerra	24	3	Despertar	5	6	
			Despertar	4	7	
			despertar	4	7	
			Despertar	5	6	
			Despertar	5	6	
Claudia Niño	25	3	despertar	4	7	
			Despertar	5	6	
			Despertar	3	8	
			Despertar	5	6	
			Despertar	4	7	
Andrea Mendez	22	3	Despertar	4	7	
			Despertar	3	8	
			despertar	2	9	
			despertar	2	9	
			despertar	4	7	
Martha Lopez	23	3	despertar	2	9	
			despertar	3	8	
			despertar	2	9	
			despertar	4	7	
			Despertar	4	7	
Daisy Viviana Quintero	24	3	Despertar	5	6	
			Despertar	5	6	
			Despertar	5	6	
			Despertar	5	6	
			despertar	4	7	
Sofía Cajamarca	30	2	Despertar	5	6	
			Despertar	3	8	
			Despertar	5	6	
			Despertar	4	7	
			Despertar	4	7	
Florencia Leyton	29	2	Despertar	3	8	
			despertar	2	9	
			Despertar	5	6	
			despertar	4	7	
			despertar	5	6	
Camila Diaz	21	3	dia	5	6	

			dia	1	10	
			dia	5	6	
			dia	2	9	
			dia	4	7	
mayra ospina	25	3	dia	4	7	
			dia	5	6	
			dia	5	6	
			dia	2	9	
			dia	4	7	
Ketlin Arias	20	4	Día	5	6	12
			dia	3	8	
			Digital	3	8	4
			Digital	4	7	
			Digital	3	8	
Olga Jasbleidy Moreno	24	2	Digital	4	7	
			dinero	3	8	1
			distractor	1	10	1
			Dormir	1	10	6
			Dormir	4	7	
Limor Arias	20	3	Dormir	1	10	
			dormir	4	7	
			Dormir	4	7	
			Dormir	1	10	
			efectivo	4	7	1
Sandra Vega	25	3	Electrico	2	9	2
			Electrico	2	9	
			Empezar	1	10	2
			Empezar	1	10	
			entusiasmo	4	7	1
Jennifer Gutierrez	24	3	espectativa	5	6	1
			Estrés	2	9	4
			estrés	1	10	
			estrés	1	10	
			Estrés	2	9	
Maria Alexandra Rodriguez	21	3	Estudiar	1	10	4
			Estudiar	1	10	
			Estudiar	1	10	
			Estudiar	1	10	
			Exactitud	3	8	4
Valentina Cabezas	24	3	exactitud	2	9	
			Exactitud	3	8	

			Exactitud	5	6	
			fastidio	3	8	3
			fastidio	3	8	
Erika Liliana Diaz Tapia	25	3	fastidio	2	9	
			finalizacion	3	8	1
			Flojera	3	8	2
			Flojera	3	8	
			formas	2	9	1
diana angelica castro	25	2	funcionamiento	3	8	3
			funcionamiento	5	6	
			funcionamiento	1	10	
			Gallo	1	10	2
			Gallo	1	10	
marilen niño	28	3	grande	4	7	1
			herramienta	3	8	2
			herramienta	4	7	
			Horario	4	7	40
			Horario	1	10	
Adriana Giron	20	3	Horario	1	10	
			Horario	4	7	
			Horario	4	7	
			Horario	4	7	
			Horario	5	6	
Vivian Stefany	25	3	Horario	3	8	
			Horario	2	9	
			Horario	2	9	
			Horario	3	8	
			horario	2	9	
olga romero	25	3	horario	3	8	
			horario	5	6	
			horario	3	8	
			horario	4	7	
			horario	3	8	
carolina castro	24	2	horario	3	8	
			horario	5	6	
			horario	3	8	
			horario	4	7	
			horario	1	10	
Emilia Lezana	30	3	horario	1	10	
			horario	4	7	
			horario	4	7	
			horario	4	7	
			horario	5	6	

Nohemy Suàrez Hernández	24	4	Horario	3	8	
			Horario	2	9	
			horario	3	8	
			horario	2	9	
			horario	3	8	
mariana gutierrez	23	3	horario	4	7	
			horario	2	9	
			horario	3	8	
			horario	5	6	
			horario	1	10	
Alexandra Mejia	20	3	horario	3	8	
			horario	4	7	
			horario	5	6	
			implemento	3	8	1
			importa	4	7	1
Lisbeth Garcia	20	4	Impotencia	4	7	2
			Impotencia	4	7	
			incondicional	3	8	
			indispensable	3	8	
			inicio	2	9	14
lady debora gutierrez	27	3	inicio	2	9	
			inicio	1	10	
			inicio	3	8	
			inicio	4	7	
			inicio	2	9	
Zhivy Andrea	23	3	inicio	3	8	
			inicio	2	9	
			inicio	1	10	
			inicio	2	9	
			inicio	5	6	
rosaura chavez	27	3	inicio	4	7	
			inicio	4	7	
			inicio	3	8	
			innovación	5	6	1
			inpresendible	4	7	1
Nataly Bayona	20	3	insoportable	5	6	1
			instrumento	4	7	1
			inteno	5	6	1
			Interrupcion	3	8	7
			interrupcion	5	6	
luz stella bonilla	28	4	interrupcion	3	8	

			interrupcion	2	9	
			interrupcion	1	10	
			Interrupcion	3	8	
			Interrupcion	5	6	
katerin diaz	24	2	Levantarse	2	9	24
			Levantarse	4	7	
			Levantarse	3	8	
			Levantarse	5	6	
			Levantarse	5	6	
Victoria Caballero	21	3	Levantarse	1	10	
			Levantarse	3	8	
			Levantarse	2	9	
			levantarse	2	9	
			levantarse	3	8	
ximena moreno	23	3	levantarse	2	9	
			levantarse	1	10	
			levantarse	1	10	
			levantarse	3	8	
			Levantarse	3	8	
Emilia Lezana	30	2	Levantarse	5	6	
			Levantarse	5	6	
			Levantarse	1	10	
			Levantarse	2	9	
			Levantarse	3	8	
nicol sanchez	22	3	Levantarse	5	6	
			Levantarse	1	10	
			Levantarse	3	8	
			Levantarse	5	6	
			Madrugar	4	7	23
Jenny Bohorquez	25	3	Madrugar	3	8	
			Madrugar	4	7	
			Madrugar	4	7	
			Madrugar	5	6	
			Madrugar	5	6	
Carol Morales	22	3	Madrugar	4	7	
			Madrugar	1	10	
			madrugar	3	8	
			madrugar	4	7	
			madrugar	1	10	
ligia botia	29	3	madrugar	3	8	
			madrugar	3	8	
			madrugar	3	8	
			madrugar	2	9	

			Madrugar	3	8	
Sandra Milena Triana	23	3	Madrugar	4	7	
			Madrugar	4	7	
			Madrugar	5	6	
			Madrugar	5	6	
			Madrugar	1	10	
Isidora Levine	21	3	madrugar	3	8	
			Madrugar	3	8	
			Malo	1	10	2
			Malo	1	10	
			Mamera	3	8	2
Julieta Levenson	29	2	Mamera	3	8	
			maneja	1	10	1
			Mañana	4	7	27
			Mañana	4	7	
			Mañana	1	10	
angelica buitrago	23	2	Mañana	1	10	
			Mañana	3	8	
			Mañana	3	8	
			Mañana	1	10	
			mañana	1	10	
liliana amaya	25	3	mañana	1	10	
			mañana	1	10	
			mañana	5	6	
			mañana	5	6	
			mañana	5	6	
paula roland	26	4	mañana	5	6	
			Mañana	4	7	
			Mañana	1	10	
			Mañana	1	10	
			Mañana	3	8	
Valeria Cabanzo	21	2	Mañana	3	8	
			Mañana	4	7	
			Mañana	4	7	
			mañana	3	8	
			Mañana	5	6	
Lucía Leudo	25	3	mañana	4	7	
			mañana	2	9	
			mañana	1	10	
			mañana	4	7	
			Mata	3	8	2
Josefa Levers	24	2	Mata	3	8	

			medidor	5	6	1
			metodo	4	7	1
			Minutos	1	10	5
			Minutos	4	7	
liz niño	25	3	minutos	2	9	
			Minutos	4	7	
			minutos	5	6	
			Molestia	1	10	5
			molestia	2	9	
cristina velazquez	27	3	molestia	4	7	
			molestia	5	6	
			Molestia	1	10	
			motivacion	5	6	3
			motivacion	4	7	
daniela pinzon	24	2	motivacion	4	7	
			muñeco	1	10	1
			Musica	2	9	3
			Musica	2	9	
			Musica	2	9	
sandra liliana soto	24	3	necesario	2	9	6
			necesario	1	10	
			necesario	2	9	
			necesario	2	9	
			necesario	4	7	
antonia megia	24	3	necesario	4	7	
			Numeros	1	10	2
			Numeros	1	10	
			objeto	5	6	2
			objeto	1	10	
diana gomez torres	22	2	Obligacion	2	9	4
			obligacion	4	7	
			obligacion	2	9	
			Obligacion	2	9	
			Oportuno	3	8	3
yaneth pira	21	3	Oportuno	1	10	
			Oportuno	3	8	
			Orden	2	9	7
			orden	4	7	
			orden	4	7	
jenny andrea guerra	20	2	orden	2	9	
			orden	4	7	
			Orden	2	9	

			orden	2	9	
			Organización	1	10	3
Marianna Redivo Souza	30	2	organización	3	8	
			organización	5	6	
			Pararse	3	8	1
			pequeño	3	8	1
			Pereza	4	7	12
gabriela escobar	23	2	Pereza	4	7	
			Pereza	2	9	
			Pereza	3	8	
			pereza	3	8	
			pereza	4	7	
Martina Lera	27	2	pereza	4	7	
			pereza	4	7	
			Pereza	4	7	
			Pereza	4	7	
			pereza	2	9	
Josefa Levers	21	3	Pereza	3	8	
			Pereza	5	6	
			Pesadillas	3	8	2
			Pesadillas	3	8	
			Pilas	1	10	2
Paola Sanchez	25	3	Pilas	1	10	
			practico	2	9	
			precio	3	8	3
			precio	3	8	
			precio	3	8	
Brenda Urrutia	25	3	presentacion	2	9	1
			producto	4	7	1
			Programacion	1	10	4
			Programacion	4	7	
			Programacion	1	10	
paula andrea sandoval	19	3	Programacion	5	6	
			Puntualidad	1	10	48
			Puntualidad	5	6	
			Puntualidad	5	6	
			Puntualidad	4	7	
karen rodriguez	26	2	Puntualidad	5	6	
			Puntualidad	5	6	
			Puntualidad	5	6	
			puntualidad	2	9	
			puntualidad	2	9	



miriam ochoa	20	2	puntualidad	5	6	
			puntualidad	5	6	
			puntualidad	4	7	
			puntualidad	4	7	
			puntualidad	2	9	
claudian lorena varon	21	3	puntualidad	5	6	
			puntualidad	3	8	
			puntualidad	3	8	
			puntualidad	3	8	
			puntualidad	4	7	
silvia diaz	24	2	puntualidad	2	9	
			puntualidad	3	8	
			puntualidad	1	10	
			puntualidad	2	9	
			puntualidad	4	7	
maria cecilia solarte	24	2	puntualidad	3	8	
			puntualidad	3	8	
			puntualidad	2	9	
			puntualidad	3	8	
			puntualidad	3	8	
martina castro	23	3	puntualidad	1	10	
			puntualidad	1	10	
			puntualidad	1	10	
			puntualidad	1	10	
			puntualidad	1	10	
adriana isabel	28	3	puntualidad	2	9	
			Puntualidad	5	6	
			Puntualidad	4	7	
			Puntualidad	5	6	
			Puntualidad	5	6	
paola quiroga	20	3	Puntualidad	5	6	
			Puntualidad	1	10	
			Puntualidad	1	10	
			Puntualidad	1	10	
			Puntualidad	1	10	
luz adriana rodriguez	29	3	Puntualidad	1	10	
			Puntualidad	1	10	
			puntualidad	1	10	
			Puntualidad	1	10	
			Rabia	2	9	2
johana gisela avila	24	3	Rabia	2	9	
			Rapidez	1	10	3

			rapidez	5	6	
			Rapidez	1	10	
			reacción	3	8	1
Alexandra perez	22	2	rec	3	8	1
			Recordatorio	3	8	5
			recordatorio	1	10	
			recordatorio	3	8	
			recordatorio	4	7	
Michel Tatiana Vasquez	18	2	Recordatorio	3	8	
			Regalo	1	10	2
			Regalo	1	10	
			Repetitivo	1	10	2
			Repetitivo	1	10	
ligia cruz	30	2	Resignacion	3	8	2
			Resignacion	3	8	
			Responsabilidad	3	8	18
			Responsabilidad	3	8	
			Responsabilidad	2	9	
Samantha León	25	2	Responsabilidad	1	10	
			Responsabilidad	3	8	
			responsabilidad	4	7	
			responsabilidad	3	8	
			responsabilidad	4	7	
consuelo lopez	24	2	responsabilidad	4	7	
			responsabilidad	5	6	
			responsabilidad	4	7	
			responsabilidad	3	8	
			responsabilidad	3	8	
Antonella Cabal	24	2	Responsabilidad	3	8	
			Responsabilidad	2	9	
			Responsabilidad	1	10	
			Responsabilidad	3	8	
			Responsabilidad	4	7	
Diana Marcela Pulido Rodriguez	28	3	Ruido	3	8	20
			Ruido	4	7	
			ruido	2	9	
			ruido	3	8	
			ruido	3	8	
gloria claros	23	2	ruido	4	7	
			ruido	4	7	

			ruido	1	10	
			ruido	2	9	
			ruido	1	10	
ana milena garcia	22	3	ruido	2	9	
			ruido	2	9	
			ruido	1	10	
			ruido	3	8	
			Ruido	4	7	
Martina Leopole	20	3	ruido	2	9	
			ruido	3	8	
			ruido	3	8	
			ruido	5	6	
			ruido	2	9	
patricia baron	30	4	Rutina	2	9	3
			rutina	1	10	
			Rutina	2	9	
			salir	2	9	1
			Segundos	3	8	2
yolima morales	21	3	Segundos	3	8	
			Seguridad	4	7	3
			seguridad	1	10	
			Seguridad	4	7	
			Señal	3	8	4
nataly ramos	24	3	Señal	4	7	
			Señal	3	8	
			Señal	4	7	
			Serenata	2	9	2
			Serenata	2	9	
Julieta Levenson	18	3	servicio	2	9	1
			Sonido	2	9	9
			Sonido	2	9	
			Sonido	2	9	
			sonido	4	7	
mayerly peña	21	3	sonido	5	6	
			sonido	5	6	
			Sonido	2	9	
			Sonido	2	9	
			Sonido	2	9	
Alba Cuellar	25	3	soporte	4	7	1
			sueño	1	10	25
			Sueño	2	9	
			Sueño	4	7	

			sueño	3	8	
Alejandra Escobar	22	4	Sueño	1	10	
			Sueño	2	9	
			Sueño	5	6	
			Sueño	5	6	
			Sueño	3	8	
Conny Vargas	25	3	Sueño	1	10	
			Sueño	5	6	
			sueño	2	9	
			sueño	3	8	
			sueño	1	10	
Catalina Liaño	21	2	sueño	2	9	
			Sueño	2	9	
			Sueño	4	7	
			sueño	3	8	
			Sueño	1	10	
johana avila	21	2	sueño	2	9	
			Sueño	5	6	
			Sueño	5	6	
			Sueño	3	8	
			Sueño	1	10	
Adriana Mora	24	3	Sueño	5	6	
			Susto	1	10	3
			susto	2	9	
			Susto	1	10	
			Tarde	3	8	1
Delfina Lezeta	24	3	tareas	5	6	1
			Tecnologia	1	10	2
			Tecnologia	4	7	
			temporizador	5	6	1
			Temprano	2	9	13
Claudia Arias	24	3	Temprano	3	8	
			Temprano	2	9	
			Temprano	4	7	
			Temprano	5	6	
			temprano	4	7	
Jazmín Levi	28	2	temprano	2	9	
			Temprano	2	9	
			Temprano	3	8	
			Temprano	2	9	
			Temprano	1	10	
stella faura	29	2	Temprano	5	6	
			Temprano	2	9	
			terminacion	3	8	1

			terrible	1	10	1
			Tiempo	2	9	47
yadira lesmes	25	2	Tiempo	3	8	
			Tiempo	3	8	
			Tiempo	2	9	
			Tiempo	2	9	
			Tiempo	5	6	
Sonia Casallas	23	4	Tiempo	4	7	
			Tiempo	5	6	
			Tiempo	5	6	
			Tiempo	2	9	
			Tiempo	4	7	
Esperanza Ruiz	22	3	Tiempo	5	6	
			Tiempo	5	6	
			Tiempo	1	10	
			tiempo	1	10	
			tiempo	1	10	
yenny paola quiroya	22	4	tiempo	2	9	
			tiempo	2	9	
			tiempo	3	8	
			tiempo	2	9	
			tiempo	1	10	
luz andrea alape	30	2	tiempo	5	6	
			tiempo	2	9	
			tiempo	4	7	
			tiempo	2	9	
			tiempo	2	9	
karol suarez	30	3	tiempo	2	9	
			tiempo	1	10	
			tiempo	1	10	
			Tiempo	3	8	
			Tiempo	3	8	
Antonia Licho	22	2	Tiempo	2	9	
			Tiempo	2	9	
			Tiempo	5	6	
			Tiempo	4	7	
			Tiempo	5	6	
Camila Licasale	25	3	Tiempo	5	6	
			Tiempo	2	9	
			Tiempo	4	7	
			Tiempo	5	6	
			Tiempo	5	6	

sandra ruez	30	3	Tiempo	2	9	
			tiempo	2	9	
			Tiempo	1	10	
			tiempo	3	8	
			tiempo	1	10	
rosa mota	24	3	Tiempo	2	9	
			tierno	4	7	1
			Timbre	2	9	6
			Timbre	5	6	
			Timbre	1	10	
Gabriela Ley	26	4	Timbre	2	9	
			Timbre	5	6	
			Timbre	1	10	
			Tortura	1	10	5
			tortura	5	6	
diana caicedo	22	3	tortura	5	6	
			tortura	5	6	
			Tortura	1	10	
			Trabajo	2	9	9
			Trabajo	3	8	
claudia garrido	28	3	Trabajo	1	10	
			trabajo	3	8	
			trabajo	5	6	
			trabajo	4	7	
			Trabajo	3	8	
daniela benavidez	26	2	Trabajo	1	10	
			trabajo	3	8	
			tranquilidad	4	7	2
			tranquilidad	1	10	
			util	5	6	8
narly jzmin claros	23	2	util	2	9	
			util	5	6	
			util	1	10	
			util	5	6	
			util	3	8	
Isabella Lewis	27	3	util	3	8	
			util	1	10	
			variado	5	6	1
			Voluntad	3	8	2
			Voluntad	3	8	

palabra	valor	ponderacion	frecuencia	peso	distancia
---------	-------	-------------	------------	------	-----------

				semantico	semantica
Puntualidad	1	10	48	480	100%
Tiempo	2	9	47	423	11%
Despertar	1	10	38	380	9%
Horario	4	7	40	280	9%
sueño	1	10	25	250	6%
Levantarse	2	9	24	216	6%
Compromiso	1	10	21	210	5%
Mañana	4	7	27	189	6%
Alarma	5	6	31	186	7%
Madrugar	4	7	23	161	5%
Ruido	3	8	20	160	5%
Responsabilidad	3	8	18	144	4%
avisar	3	8	17	136	4%
inicio	2	9	14	126	3%
Ayuda	2	9	13	117	3%
Temprano	2	9	13	117	3%
Cumplimiento	4	7	14	98	3%
Pereza	4	7	12	84	3%
Sonido	2	9	9	81	2%
Trabajo	2	9	9	81	2%
Alerta	4	7	11	77	3%
dia	5	6	12	72	3%
Orden	2	9	7	63	2%
Dormir	1	10	6	60	1%
Interrupcion	3	8	7	56	2%
necesario	2	9	6	54	1%
Minutos	1	10	5	50	1%
Molestia	1	10	5	50	1%
Tortura	1	10	5	50	1%
util	5	6	8	48	2%
Estudiar	1	10	4	40	1%
Programacion	1	10	4	40	1%
Recordatorio	3	8	5	40	1%
Afan	2	9	4	36	1%
Estrés	2	9	4	36	1%
Obligacion	2	9	4	36	1%
Timbre	2	9	4	36	1%
Digital	3	8	4	32	1%
Exactitud	3	8	4	32	1%
Señal	3	8	4	32	1%
afan	1	10	3	30	1%
Aparato	5	6	5	30	1%
Organización	1	10	3	30	1%

Rapidez	1	10	3	30	1%
Susto	1	10	3	30	1%
Agilidad	2	9	3	27	1%
Amanecer	2	9	3	27	1%
desesperacion	2	9	3	27	1%
Musica	2	9	3	27	1%
Rutina	2	9	3	27	1%
Cama	3	8	3	24	1%
Clase	5	6	4	24	1%
fastidio	3	8	3	24	1%
Oportuno	3	8	3	24	1%
precio	3	8	3	24	1%
beneficio	4	7	3	21	1%
Seguridad	4	7	3	21	1%
Activacion	1	10	2	20	0%
Arriba	1	10	2	20	0%
Correr	1	10	2	20	0%
Depresion	1	10	2	20	0%
Desactivar	1	10	2	20	0%
Empezar	1	10	2	20	0%
Gallo	1	10	2	20	0%
Malo	1	10	2	20	0%
Numeros	1	10	2	20	0%
Pilas	1	10	2	20	0%
Regalo	1	10	2	20	0%
Repetitivo	1	10	2	20	0%
Tecnologia	1	10	2	20	0%
Apagarlo	2	9	2	18	0%
bonito	2	9	2	18	0%
control	5	6	3	18	1%
Electrico	2	9	2	18	0%
funcionamiento	3	8	3	18	1%
motivacion	5	6	3	18	1%
Rabia	2	9	2	18	0%
Serenata	2	9	2	18	0%
Flojera	3	8	2	16	0%
herramienta	3	8	2	16	0%
Mamera	3	8	2	16	0%
Mata	3	8	2	16	0%
Pesadillas	3	8	2	16	0%
Resignacion	3	8	2	16	0%
Segundos	3	8	2	16	0%
Voluntad	3	8	2	16	0%
Desalmado	4	7	2	14	0%
Impotencia	4	7	2	14	0%



tranquilidad	4	7	2	14	0%
actividad	5	6	2	12	0%
objeto	5	6	2	12	0%
accesorio	1	10	1	10	0%
barato	1	10	1	10	0%
color	1	10	1	10	0%
distractor	1	10	1	10	0%
manejable	1	10	1	10	0%
muñeco	1	10	1	10	0%
terrible	1	10	1	10	0%
automatico	2	9	1	9	0%
Bañarse	2	9	1	9	0%
formas	2	9	1	9	0%
practico	2	9	1	9	0%
presentacion	2	9	1	9	0%
salir	2	9	1	9	0%
servicio	2	9	1	9	0%
dinero	3	8	1	8	0%
finalizacion	3	8	1	8	0%
implemento	3	8	1	8	0%
incondicional	3	8	1	8	0%
indispensable	3	8	1	8	0%
Pararse	3	8	1	8	0%
pequeño	3	8	1	8	0%
reacción	3	8	1	8	0%
rec	3	8	1	8	0%
Tarde	3	8	1	8	0%
terminacion	3	8	1	8	0%
activador	4	7	1	7	0%
atencion	4	7	1	7	0%
efectivo	4	7	1	7	0%
entusiasmo	4	7	1	7	0%
grande	4	7	1	7	0%
importa	4	7	1	7	0%
inpresendible	4	7	1	7	0%
instrumento	4	7	1	7	0%
metodo	4	7	1	7	0%
producto	4	7	1	7	0%
soporte	4	7	1	7	0%
tierno	4	7	1	7	0%
aliado	5	6	1	6	0%
cesar	5	6	1	6	0%
comienzo	5	6	1	6	0%
costo	5	6	1	6	0%
espectativa	5	6	1	6	0%

innovación	5	6	1	6	0%
insoportable	5	6	1	6	0%
inteno	5	6	1	6	0%
medidor	5	6	1	6	0%
tareas	5	6	1	6	0%
temporizador	5	6	1	6	0%
variado	5	6	1	6	0%

### Guión Distractor



# TIME TOY

❖ En cinco (5) palabras describa que es para usted un reloj despertador.

✓ \_\_\_\_\_

✓ \_\_\_\_\_

✓ \_\_\_\_\_

✓ \_\_\_\_\_

✓ \_\_\_\_\_

Nombre: -----

Edad: -----

Estrato: -----



**Encuesta**

La siguiente encuesta se lleva a cabo con el fin de obtener su opinión acerca del producto. Esta encuesta solo tomara unos minutos de su tiempo. Le pedimos que responda honestamente las siguientes preguntas acerca de un nuevo reloj despertador. Agradecemos su tiempo y colaboración.

1. ¿Utiliza usted algún tipo de despertador para levantarse?

Sí  No

2. ¿Cuál de los siguientes tipos de despertador utiliza?

- Televisión
- Equipo de sonido
- Celular
- Reloj despertador

3. ¿Considera que el tipo de despertador que utiliza es efectivo?

Sí  No

4. ¿Estaría en disposición de adquirir un producto diferente para levantarse?

Sí  No

5. Si un nuevo despertador funcionara con movimiento, Rueda en el momento de su activación ¿estaría en disposición de levantarse para desactivarlo?

Sí  No

6. ¿Cree Usted que el hecho de salir de su cama e ir tras el despertador para apagarlo es más efectivo para levantarse?

Sí  No

7. Si el despertador, aparte de tener movimiento, es bonito y atractivo ¿Se motivaría a comprarlo?

Sí

No

8. Conociendo las características del despertador ¿Qué considera lo más importante?

Apariencia y diseño

Funcionamiento

Efectividad como despertador

9. ¿En que tipo de establecimientos comerciales espera encontrar este producto?

Grandes Superficies

Centros de Electrónica

Almacenes de Cadena

10. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su edad?

15 a 20 años

21 a 25 años

26 a 30 años

Más de 30 años

11. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentran sus ingresos?

Entre \$500.000 y \$1.000.000

Entre \$1.000.000 y \$1.500.000

Entre \$1.500.000 y \$2.000.000

Más de \$ 2.000.000

12. ¿Cuánto pagaría por un reloj despertador de estas características?

De \$5.000 a \$15.000

De \$15.000 a \$25.000

De \$25.000 a \$35.000

Más de \$ 35.000

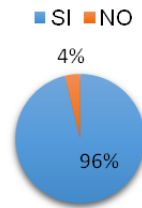
#### Datos personales

Nombre: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Correo: \_\_\_\_\_

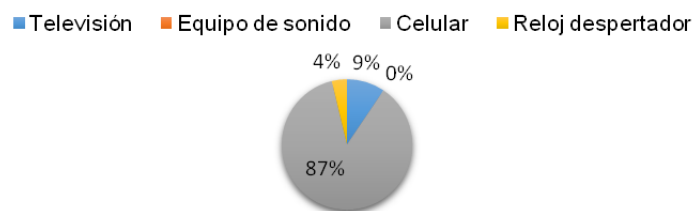
## Gráficas y análisis

### 1. ¿Utiliza usted algún tipo de despertador para levantarse?



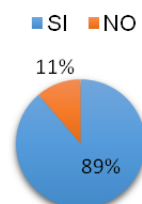
Análisis: el 96 % de las personas encuestadas afirmaron utilizar un despertador para levantarse.

### 2. ¿Cuál de los siguientes tipos de despertador utiliza?



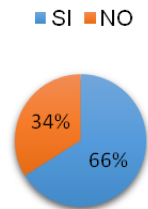
Análisis: el 87 % de las personas utilizan un dispositivo celular como despertador, seguido a su vez del televisor con un 9 %.

### 3. ¿Considera que el tipo de despertador que utiliza es efectivo?



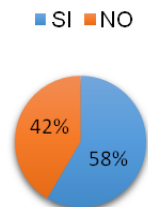
Análisis: encontramos que las personas consideran el tipo de despertador que utilizan es efectivo en un 89%.

#### 4. ¿Estaría en disposición de adquirir un producto diferente para levantarse?



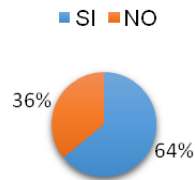
Análisis: un 66% de personas están dispuestas a adquirir un producto diferente para levantarse al que utilizan actualmente.

#### 5. Si un nuevo despertador funcionara con movimiento (Rueda en el momento de su activación) ¿estaría en disposición de levantarse para desactivarlo?



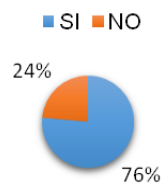
Análisis: el 58% de las personas encuestas estarían en disposición de levantarse a desactivarlo. Un 42% no lo estarían.

### 6. ¿Cree Usted que el hecho de salir de su cama e ir tras el despertador para apagarlo es más efectivo para levantarse?



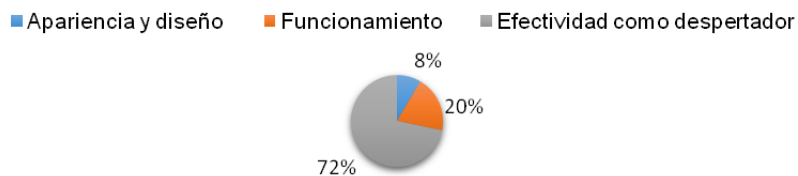
Análisis: las personas contestaron que el hecho de salir de su cama e ir tras el despertador para apagarlo es más efectivo para levantarse, lo que se representa en un 64% lo cual nos indica que nuestro producto puede tener buena aceptación.

### 7. Si el despertador, aparte de tener movimiento, es bonito y atractivo ¿Se motivaría a comprarlo?



Análisis: 81 Personas de 106 contestaron que se motivarían en comprar el despertador por su apariencia.

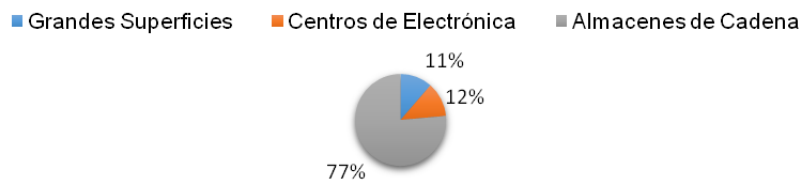
### 8. Conociendo las características del despertador ¿Qué considera lo más importante?





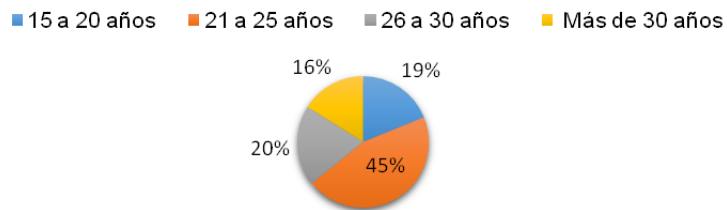
Análisis: después de dar la idea del producto, el 72% de los encuestados consideran que el producto es importante por su efectividad como despertador.

### 9. ¿En que tipo de establecimientos comerciales espera encontrar este producto?



Análisis: 81 personas eligieron que el producto se debería encontrar en almacenes de cadena lo que nos ayuda a definir bien el lugar de distribución del producto.

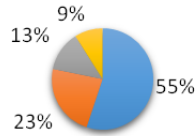
### 10. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su edad?



Análisis: encontramos que el 45% de mujeres entre los 21 a 25 años comprarían nuestro producto.

## 11. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentran sus ingresos?

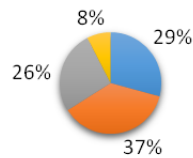
- Entre \$500.000 y \$1.000.000
- Entre \$1.500.000 y \$2.000.000
- Entre \$1.000.000 y \$1.500.000
- Más de \$ 2.000.000



Análisis: nuestro producto se vendería a mujeres que tengan ingresos entre 500.000 y \$1.000.000 basado en un 55%.

## 12. ¿Cuánto pagaría por un reloj despertador de estas características?

- De \$5.000 a \$15.000
- De \$25.000 a \$35.000
- De \$15.000 a \$25.000
- Más de \$ 35.000



Análisis: las encuestas nos arrojan que un 37% de las mujeres estarían dispuestas a pagar desde 25.000 pesos y 35.000 por nuestro producto.

**TIME TOY**  
**ENTREVISTA N° 1**

**1. ¿Cuál es su nombre?**

Lady Ramírez

**2. ¿Cuántos años tiene?**

25

**3. ¿Cuál es el mayor problema que tiene para levantarse en las mañanas?**

(...) de pronto como él (...) la rapidez no se la motivación para levantarse rápido no hacer tanta maña (@@@)

**4. ¿Ha pensado en alguna solución? ¿Cuál?**

(...) no en realidad no, no se de pronto algo que pueda obligarme no se a levantarme pero sin necesidad de tener que usar pues por lo regular ya estamos acostumbrados a utilizar es el celular como un despertador pero no es muy buena idea según lo que escuchado científicamente dicen que no es muy bueno tener el celular cerca (.../) menos cuando uno está durmiendo.

**5. ¿Qué piensa de un reloj despertador?**

Pues es que es una buena opción pero es que por lo regular el inconveniente del reloj despertador tú lo desactivas, lo desactivas en el momento en que este sonando y muchas veces te vuelves a quedar dormida no sé, vuelve te coge el sueño y se te hizo tarde

**6. ¿Cómo es su experiencia en las mañanas al oír su reloj despertador activarse?**

Pues lo que te digo es algo como estresante porque... estresante y preocupante porque a pesar de que tú te vuelves a dormir quedas con la sugestión (@@@) de que se te va hacer tarde que te va coger el sueño, no hay como una buena opción de poderlo de de poderlo desactivar y estar segura de que te vas a levantar rápido.

**7. ¿Con que sonido podría identificar el sonido de la alarma de su despertador, o que le recuerda?**

No pues es un sonido como (...) estresante desde por la mañana ya el ruido que lo despierta a uno o el por lo regular son como pitos repetitivos entonces ya desde ese momento uno ya está estresado.

**8. ¿Qué piensa o como le parece la duración de la alarma de su despertador?**

Pues ahí está el problema que puede que la alarma dure mucho pero por lo mismo que te desespera te vuelves a quedar dormida.

**9. ¿Considera el volumen de la alarma adecuado?**

No para nada, muchas veces es un volumen muy alto en el cual suena la alarma y lo que hace es asustarte (@@@) trata de dar mal genio porque es bastante fuerte se supone para que te despierte de una, pero lo que hace es asustarte en alguna ocasiones.

**10. ¿Podría imaginar otra forma de despertarse con un reloj despertador a parte de la alarma?**

(-)

**11. ¿Quisiera algún color en especial para su reloj despertador? ¿Cuál?**

(.../) no sé, me guío más por los colores neutros, no colores tan alegres (.../) no sé no sé más bien como colores neutros (.../) pues yo digo que cada persona tiene un estilo

cada persona quisiera, quisiera identificarse con las cosas con los objetos que compra, por lo regular puede que a mí me gusten las cosas muy neutrales o muy serias como hay personas que le gusten muy alegres colores no se (...) por los menos a mí me gusta no se el color negro gris, no se algo neutral o blanco.

**12. ¿Qué tipo de tamaño preferiría en un despertador? Puede describirlo.**

(.../) de pronto un reloj no tan grande por cuestiones de espacio, entre menos espacio ocupe el despertador pues mejor, (.../) de pronto algo que cómodo que pues que tampoco se rompa con mucha facilidad, uno siempre busca que las cosas sean como duraderas por ese por ese (.../) por eso me enfoco más bien, que sea pues no muy grande por el espacio y que sea como duradero que no sea de algún material así muy delicado.

**13. ¿Sí pudiera diseñar su reloj despertador como sería este?**

(...) ¿SI pudiera diseñarlo? No se algún, algún motivo, algún diseño bonito, no se ¿tierno?, delicado tal vez, que no sea el típico reloj cuadradito que o como el que tenían las abuelitas de la gallinita y las campanitas que sonaban (@@@) bastante feo.

**14. ¿Basaría su diseño de despertador en algún recuerdo especial para usted?  
¿Por qué?**

(.../) de pronto si, sería bueno cada quien tuviera un motivo, un diseño especial pues por lo mismo es como lo primero que o lo primero que vas a recordar o lo primero que vas a escuchar cuando te despiertes o cuando el mismo despertador haga que te despiertes, pues entonces sería como bueno que fuese algo bonito o que te recordara algo bonito para empezar bien el día.

**15. ¿Cuál cree usted que sería la mejor forma de recargar su reloj despertador? ¿Por qué?**

Ahí está el inconveniente, pues que por lo menos uno se confía mucho en las de batería pero pues no falta el día que llegaste tarde se acabaron las pilas o las baterías y en qué momento vas a comprar en que momento vas a tener, no te das cuenta y recargable pues tampoco te puedes confiar al que estés totalmente conectado algún enchufe pues porque en el momento en que se vaya la luz, entonces el bendito reloj se va des configurar la hora, se te va timbrar no se una o dos horas después, en realidad no sé, algo que fuera como más automático.

**16. ¿Qué críticas le haría a su reloj despertador?**

(...) Pues por lo menos lo que te digo, como por lo regular y estoy más segura que más de una persona, usamos es el celular como despertador y en muchas ocasiones (...) el celular timbra cuando no es precisamente la alarma, entonces ya tu quedas como sugestionada toda la noche o en el rato en el que timbro no te diste cuenta lo primero, lo segundo muchas veces inconscientemente y lo digo porque me ha sucedido, suena la alarma o bueno lo que tu tengas en el celular como alarma e inconscientemente uno lo desactiva y sigue durmiendo y como el celular está prácticamente debajo de la almohada entonces no hay nada que te obligue como a moverte mucho.

**17. ¿Qué quisiera que tuviera un reloj despertador?**

(...) De pronto la opción de (...) más o menos uno lo que hace en el celular porque podría como darle varias opciones de canciones de alarma para no tener siempre un que no la mente de uno no se acostumbre siempre al mismo sonido, porque en muchas ocasiones cuando uno ya se acostumbra al mismo sonido

tiende a como ya olvidarlo como dejarlo que suene y suene y como es el mismo sonido ya se acostumbra, entonces tratar como de cambiarlo y lo mismo o sea desde por la mañana cuando te despiertas y te despiertas por lo menos con una canción que programaste que te gusta pues hay empiezas el día como bien.

**18. ¿Pensaría que con un reloj despertador como lo quiere tendría una mejor experiencia al levantarse? ¿puede describirla?**

Si yo creería que sí, lo que te digo, si uno pudiera o tuviese la opción de crearlo como uno quiere para que al despertarte no se despertaran ni asustada ni malgeniada no sé, recordando ese pito cansan y repetitivo pues sería una buena opción sería bonito, no se tu tendrías la opción de programarle la canción que quisieras escuchar al otro día.

**19. ¿Qué pensaría si le ofrezco una alternativa mejor a la que pensó?**

Si sería bueno, pues mira que no había pensado en esa opción, es algo muy novedoso pero (...) si me imagino no se y más si uno le puede programar las canciones que uno quiera, pues es como una motivación de pronto hasta muy chistoso que uno pueda o que se vea obligado a levantarse ya, después de que tú ya te levantas, ya sabes que tienes que seguir porque en cualquier momento se te puede hacer tarde.

**20. ¿Podría describir como fue la última vez que compro un reloj despertador?**

Ay no, fue terrible porque imagínate, supuestamente eh lo que te digo compre uno que tenía pues que siempre permanecer conectado en un enchufe yo me confié y llegue un día pues tarde a estudiar, me confié en la alarma y no me había dado cuenta que en algún momento del día se fue la luz no se y se desprogramo, en la alarma no sé, se desprogramo la hora del reloj, pues efectivamente el día siguiente en la mañana no escuche el famoso pitico entonces seguí durmiendo, cuando me desperté ya era lo

suficientemente tarde como para cuando tú ves que ya aclaro el día ya amaneció y tú no te has levantado, entonces te puedes imaginar la carrera y el susto que uno se pega, el estrés, no terrible y además (.../) mirar y todo el día pensar en que le paso al bendito despertador eso es algo peor de estresante, hasta cuando volví a llegar a la a la casa fue que me puse a revisar que había sucedido con el reloj pues hay me di cuenta que se había des configurado la hora y yo no me fije.

**TIME TOY**  
**ENTREVISTA N° 2**

**21. ¿Cuál es su nombre?**

Mi nombre es Carolina González

**22. ¿Cuántos años tiene?**

Tengo 27 años

**23. ¿Cuál es el mayor problema que tiene para levantarse en las mañanas?**

Cuando está haciendo muchísimo frío, cuando está lloviendo, porque duermo con mi hijo y pues ahí arrunchaditos eso da muchísima pereza levantarse.

**24. ¿Ha pensado en alguna solución? ¿Cuál?**

¿Alguna solución? Tener un calentador al lado de mi cama (@@@) que sigamos arrunchados no y tener un buen despertador.



**25. ¿Qué piensa de un reloj despertador?**

(-/)

**26. ¿Cómo es su experiencia en las mañanas al oír su reloj despertador activarse?**

Terrible porque hace un ruido espantoso y pues uno lo apaga y vuelve y se prende y tenemos 3 despertadores en la habitación, entonces cada uno tiene un sonido distinto y me parece terrible uno levantarse con ese sonido.

**27. ¿Con que sonido podría identificar el sonido de la alarma de su despertador, o que le recuerda?**

Me recuerda a mi mamá cuando estudiaba me despertaba, me quitaba las cobijas a grito entero que me despertara, más que todo me recuerda es eso entonces como que a uno le da más pereza levantarse

**28. ¿Qué piensa o como le parece la duración de la alarma de su despertador?**

Me parece jarta, pues a pesar de que es corta y que uno tiene la posibilidad de apagarlo pues como vuelve y repite y son varios sonidos me parece terrible.

**29. ¿Considera el volumen de la alarma adecuado?**

No para nada, para nada (@@@) no es adecuado pues porque uno quiere es seguir durmiendo obviamente el objetivo del despertador es que este más duro pues uno se levante, pero pues ahí si ya como toca levantarse para irse a trabajar hay que acostumbrarse a eso.

**30. ¿Podría imaginar otra forma de despertarse con un reloj despertador a parte de la alarma?**

(...) si claro si podría (... /) que fuera un sonido adecuado, con la música que a uno le gusta una melodía suave (.../) que no suene tan duro, que ah que de pronto que cambie la música, que no sea siempre la misma, que cambie el sonido.

**31. ¿Quisiera algún color en especial para su reloj despertador? ¿Cuál?**

Sí, me gusta mucho el violeta, dicen que significa esperanza, significa proyección hacia el futuro, entonces de pronto al despertarme y ver ese color pues me dé más ánimo para levantarme que tenga un objetivo especial.

**32. ¿Qué tipo de tamaño preferiría en un despertador? Puede describirlo.**

Me gustaría mediano, me gustaríaaa (...) cuadrado que no tuviera tanto botones para que a uno no se le dificulte oprimir, pues como uno se levanta con pereza, (... /) que no pese (...) así.

**33. ¿Sí pudiera diseñar su reloj despertador como sería este?**

(...) Me gustaría que tuviera la imagen de mi hijo como un portarretrato que tuviera la opción de que cambiara las imágenes pudiera grabarle varias fotos y que pues cada vez que yo me despertara vea la foto de mi hijo pues me da muchas más (...) mucho más ánimo para levantarme, muchas más ganas

**34. ¿Basaría su diseño de despertador en algún recuerdo especial para usted? ¿Por qué?**

Recuerdo especial (...) en mi hijo como te digo (time) (.../) pues por lo que cada vez veo a mi hijo pues es un ánimo más para levantarme (...) algo significativo para mi entonces pues que tenga siempre las imágenes de mi hijo y que tenga buena música.

**35. ¿Cuál cree usted que sería la mejor forma de recargar su reloj despertador? ¿Por qué?**

Que no fuera ni por corriente ni por pilas, por corriente no porque si se llega a ir la luz pues hay quedamos graves, y por pilas pues se acaban y también puede que nadie nos despierte entonces q sea automático que nunca se acabe ni tenga necesidad de recargarlo con nada.

**36. ¿Qué críticas le haría a su reloj despertador?**

Pues yo creo que ninguna pues porque el objetivo de eso es que lo despierte a uno si sin este mejor dicho seguiríamos de largo, todos se nos correría se nos atrasarían los trabajos entonces pues eh no creo que tendría ninguna crítica con eso.

**37. ¿Qué quisiera que tuviera un reloj despertador?**

Claro, como ya te dije las imágenes de mi hijo, eso me motivaría bastante en las mañanas para levantarme

**38. ¿Pensaría que con un reloj despertador como lo quiere tendría una mejor experiencia al levantarse? ¿puede describirla?**

Claro, claro que si pues me daría más ánimo para ir a trabajar, no me daría tanta pereza, (...) con más energías, el hecho de ver el retrato de mi hijo pues lo que te digo me darían más ganas de ir trabajar con una buena música.

**39. ¿Qué pensaría si le ofrezco una alternativa mejor a la que pensó?**

Claro, me parecería espectacular escuchar la alternativa (...)

(Time)

No, espectacular porque o te levantas o te levantas a apagarlo, entonces es una manera como se puede decir obligada pero muy buena para que a uno se le quite la pereza.

**40. ¿Podría describir como fue la última vez que compro un reloj despertador?**

Un reloj despertador lo compre hace como 5 años, que es el típico con ese ruidito fastidioso que uno lo apaga y ya (...) hay veces que uno sigue durmiendo entonces graves y lo último que estamos usando es los celulares, entonces en el momento que se llegaba a descargar también se nos hacía tarde. Esa es la experiencia que he tenido con los celulares.

**OBSERVACIÓN ENTREVISTADA N°1**

Tras empezar las preguntas y las respuestas la joven (Lady) se vio tranquila, respondió con bastante seguridad... señaló con sus manos su celular explicándonos algunas de sus respuestas de que el elemento más usado como despertador, sonrió en ciertos momentos, como recuerdos, cuando la gente la miro al ver que la entrevistaban, mostro inconformidad con los despertadores tradicionales lo cual lo expreso con los gesto de su cara y el tono de su voz, movió sus manos tratando de afirmar lo que sucedía en ocasiones con sus despertadores o mecanismos para levantarse en las mañana, miro en ocasiones a su alrededor centraba su mirada y daba su respuesta como si aclarara lo que quería darnos a entender. Apretó sus labios mientras encontró las palabras que expresaran al detalle su respuesta. Al agradecerle por su colaboración manifestó que nuestro proyecto era muy novedoso y podría ser muy efectivo.

**OBSERVACIÓN ENTREVISTADA N°2**

Lo que se observó de nuestra entrevistada fue mucha calma al inicio, se entrevistó en horas de la tarde que ya que trabaja en un café – Bar y al manifestarle el objetivo de nuestra entrevista dijo que sería bueno ya que también trabajaba de día y necesitaba solucionar sus horas de levantarse... se mostró tranquila, pidió leer las preguntas antes de responder, pues como dijo ella “empaparse de cuáles serían sus posibles respuestas” y que no le dieran nervios, en el transcurso de las preguntas demostró seguridad siempre con una sonrisa y más al recordar que su madre la despertaba a gritos cuando tenía que ir al colegio. Al pensar sus respuestas miraba a su alrededor, sentía un poco de pena al ver que la gente la miraba... también se incomodó un poco por el ruido que generaba el tránsito lo que afectó algunas de sus respuestas pues esto la desconcentró y en una respuesta perdió el hilo de lo que decía, sonrió y nos expresó algo de angustia... realizaba movimientos con sus cejas y abría un poco sus ojos, al mover sus manos nos mostró algunas de las inconformidades con los despertadores tradicionales.

CATEGORIA	TEMPORALIDAD	DIMENSION INTERSUBJETIVA	DIMENSION SUBJETIVA	CONCLUSIÓN Vs. TEORIA / ENTREVISTADO
HÁBITOS		"la motivación para levantarse rápido no hacer tanta maña" "no se a levantarme pero sin necesidad de tener que usar pues por lo regular ya estamos acostumbrados a utilizar es el celular como un despertador" " menos cuando uno está durmiendo."	"dicen que no es muy bueno tener el celular cerca"	Concuerta, porque expone las razones por las cuales tiene problemas para levantarse. Afirmando la teoria de (Levi Hutchins) el cual afirma que el humano debe asumir comprimisos.
		"no se de pronto algo que pueda	"por lo regular ya estamos	No concuerta, porque intenta dar

		obligarme no se a levantarme" "muy buena idea según lo que escuchado científicamente"	acostumbrados a utilizar es el celular como un despertado" "dicen que no es muy bueno tener el celular cerca"	una solución, pero se enfoca mas a exponer una información que escuchó.
		"Pues lo que te digo es algo como estresante"	"por lo regular el inconveniente del reloj despertador tú lo desactivas" "estresante y preocupante porque a pesar de que tú te vuelves a dormir quedas con la sugestión"	Concuerda, porque da la opinión de su actual reloj despertador.  Concuerda, ya que indica el sentimiento que le genera el reloj despertador.
		"por lo mismo que te desespera te vuelves a quedar dormida"		Concuerda, porque muestra la inconformidad con la duración de la alarma.
		"Ahí está el	"no te das cuenta	No concuerda,



		inconveniente, pues que por lo menos uno se confía mucho en las de batería"	y recargable pues tampoco te puedes confiar al que estés totalmente conectado algún enchufe pues porque en el momento en que se vaya la luz"	porque indica cuales son las formas de recargarlo que conoce, pero no se decide por alguna y tampoco indica una nueva.
		"uno lo que hace en el celular porque podría como darle varias opciones de canciones de alarma"	"entonces tratar como de cambiarlo y lo mismo ósea desde por la mañana cuando te despiertas y te despiertas por lo menos con una canción que programaste que te gusta pues hay empiezas el día como como bien."	Concuerta, porque indica las funciones que le gustaría en un reloj despertador.
GUSTOS	PASADO, PRESENTE Y FUTURO	"me guio más por los colores neutros"	"cada persona tiene un estilo cada persona quisiera,	Concuerta, ya que indica el color que le gustaría en su reloj

			quisiera identificarse con las cosas con los objetos que que compra"	despertador y por qué ese color
		"No se algún, algún motivo, algún diseño bonito, no se ¿tierno?, delicado tal vez"	"como el que tenían las abuelitas de la gallinita y las campanitas que sonaban (@@@) bastante feo."	Concuerta, porque informa que le gustaría el diseño de acuerdo con algún recuerdo y narra una anécdota de un recuerdo.
		"fuese algo bonito o que te recordara algo bonito para empezar bien el día."	"de pronto si, sería bueno cada quien tuviera un motivo"	Concuerta, ya que le gusta la idea de un reloj despertador con un recuerdo como diseño.
USO	PASADO Y PRESENTE	"desde ese momento uno ya está estresado"		No concuerda, ya que no indica el sonido con el cual lo identifica ni el recuerdo que le genera.

		"muchas veces inconscientemente y lo digo porque me ha sucedido"	"como por lo regular y estoy más segura que más de una persona, usamos es el celular como despertador y en muchas ocasiones"	Concuerta, porque asume una posición crítica frente a las inconformidades con su reloj despertador.
PERCEPCIÓN	PRESENTE - FUTURO	"uno siempre busca que las cosas sean como duraderas"	"que sea pues no muy grande por el espacio y que sea como duradero que no sea de algún material así muy delicado"	Concuerta, porque describe el tamaño que describe su reloj despertador.
		"Si yo creería que sí, lo que te digo, si si uno pudiera o tuviese la opción de crearlo como uno quiere para que al despertarte no se despertaran ni asustada ni	"no se tu tendrías la opción de programarle la canción que quisieras escuchar al otro día"	Concuerta, porque muestra emociones positivas en cuanto al diseño.

		malgeniada no sé"		
		"pues mira que no había pensado en esa opción, es algo muy novedoso"	"después de que tú ya te levantas, ya sabes que tienes que seguir porque en cualquier momento se te puede hacer tarde"	Concuerda, muestra satisfacción con la propuesta realizada.
RAZON DE CAMPO	PASADO - PRESENTE	"trata de dar malgenio porque es bastante fuerte"	"para que te despierte de una, pero lo que hace es asustarte en algunas ocasiones."	Concuerda, ya que describe la situación referente al volumen de la alarma y el sentimiento que genera.
		"eh lo que te digo compre uno que tenía pues que siempre permanecer conectado en un enchufe yo me confié y llegue un día pues tarde a estudiar, me	"mirar y todo el día pensar en que le paso al bendito despertador eso es algo peor de estresante, hasta cuando volví a llegar a la a la casa fue que	Concuerda, porque narra la experiencia e indica el recuerdo que le genero la adquisición del reloj despertador.

		confié en la alarma y no me había dado cuenta que en algún momento del día se fue la luz no se y se desprogramo"	me puse a revisar que había sucedido con el reloj pues hay me di cuenta que se había des configurado la hora y yo no me fije."	
--	--	--	--	--

#### TEORIAS

##### GUSTOS: (PASADO, PRESENTE Y FUTUTO)

Afirma la teoría de (Levi Hutchind) el cual afirma que el ser humano y está evolucionando en diseño y tecnología para brindar efectividad a la hora de levantarse.

##### USO: (PASADO, PRESENTE)

Confirma la teoría de (Levi Hutchind) ya que antes la gente mostro inconformidad con en aquella época la gente estaba acostumbraba a levantarse con la luz del sol.

##### PERCEPCIÓN: (PRESENTE Y FUTURO)

Afirma la teoría de (Levi Hutchins) el cual afirma que el ser humano y está evolucionando en diseño y tecnología para brindar efectividad a la hora de levantarse.

##### RAZON DE CAMPO: (PASADO Y PRESENTE)

Confirma la teoría de (Levi Hutchind) EL reloj despertador nace como respuesta a la necesidad que tiene el ser humano.

#### ETNOGRAFÍA VISUAL TIME TOY

**LUGAR:** Centro de Bogotá

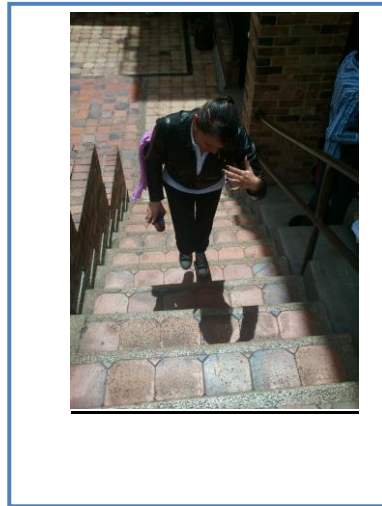
**HORA DE INICIO:** 7:15am

**HORA FINAL:** 7:25 AM

**OBJETIVO:** La importancia del tiempo

**ANALISIS**

1. **LUGAR:** Centro de Bogotá
2. **TOMA:** Caminando Rápido
3. **FECHA:** 25 de Mayo de 2013
4. **PIE DE FOTO:** Corriendo a su destino
5. **TIPOLOGIA:** Investigación
6. **FINALIDAD:** Requisito Estudiantil



Corriendo a su  
destino

**7: DESCRIPCION BREVE:** En esta fotografía se observa una mujer subiendo por unas escaleras y va con rapidez. El lugar donde se lleva a cabo la toma fotográfica corresponde al centro de Bogotá.

**7.1: SITUACION:** En esta fotografía se puede observar a una mujer subiendo por unas escaleras en el centro de la ciudad zona universitaria, se observa que lleva un jugo en su mano derecha, mientras sube las escaleras con su mano izquierda se retira el cabello de su cara para poder ver por donde da sus pasos, camina de afán lo que demuestra que va tarde al lugar de destino, esa toma se realiza en la zona Universitaria del centro de la ciudad, en este horario se observó una gran cantidad de gente.

**7.2: ACCIONES:** Se observa que la persona sube con rapidez las escaleras, en su mano derecha sostiene jugo, con su mano izquierda se retira de la cara el cabello el cual tapa su visibilidad.

**7.3: ELEMENTOS:** Al lado derecho de la fotografía se mota un joven con una camisa de color azul con rayas es claro que se encuentra en compañía de otra persona. En esta zona universitaria se notan muchas escaleras que conllevan a las mismas, es un día soleado.

### **ETNOGRAFÍA VISUAL TIME TOY**

**LUGAR:** Centro de Bogotá

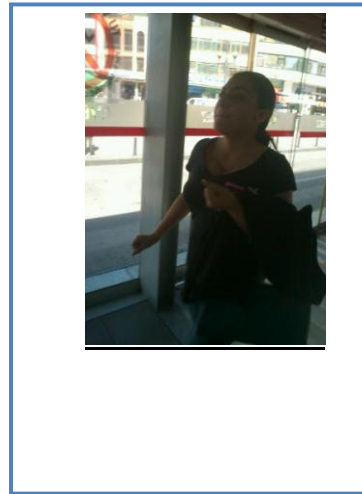
**HORA DE INICIO:** 8:23 AM

**HORA FINAL:** 8: 32am

**OBJETIVO:** La importancia del tiempo

**ANALISIS**

7. **LUGAR:** Centro de Bogotá
8. **TOMA:** Saliendo de Transmilenio
9. **FECHA:** 25 de mayo de 2013
10. **PIE DE FOTO:** Saliendo de la estación Av., Jiménez
11. **TIPOLOGIA:** Investigación
12. **FINALIDAD:** Requisito Estudiantil



Saliendo de la estación  
Av., Jiménez

**7: DESCRIPCION BREVE:** En esta fotografía se observa una mujer que se encuentra saliendo de Transmilenio en el centro de la ciudad, estación Av. Jiménez

**7.1: SITUACION:** En esta fotografía se puede observar a una mujer saliendo de afán de Transmilenio en el centro de la ciudad.

**7.2: ACCIONES:** Se observa una mujer caminando en una de las estaciones de Transmilenio, y por su entorno y postura se puede deducir que está saliendo de afán se nota que va retrasada por la expresión de su cara, lleva sus manos en forma de puño y en su brazo izquierdo su bolso y chaqueta por su postura confirma que va retrasada a su destino o cuenta con poco tiempo para llegar al mismo.



**7.3: ELEMENTOS:** Al lado de la mujer se observan las puertas de ingreso a los buses de Transmilenio e indican que está en la estación de la Av. Jiménez, fuera de esta se notan las edificaciones de la zona. Personas fuera de la estación y una camioneta blanca.



**Cotización Centro comercial Plaza Imperial**

Para United Marketing es un placer informarles los valores de nuestro servicio para que su empresa tome una de nuestras islas que estamos Arrendando en el cc Plaza Imperial además de esto united marketing es una empresa con dinamismo en la organización de eventos feriales a el empresario colombiano con un gran recorrido en el territorio nacional con el firme propósito de traspasar las fronteras con su forma de exhibir y vender creando espacios para Liderar en el mercado.

- **Contamos con!!!**
- *Más de 1.000.000 visitantes por Mes*
- *Un nuevo nicho de negocio*
- *Incremento de ventas por estar en un nuevo espacio !!*
- *El centro comercial cuenta con una gran feria de empleo en octubre así que habrá un alto flujo*
- *Espacio de 2,40 M x 2,00 M en la plazoleta central del primer piso con un alto flujo*
- *Valor mensual con Iva \$3.500.000*
- *No pagas servicios*
- *No pagas Administración*

**Daniela Cevallos G**

Asesor Comercial

**United Marketing**

Tels. 3379278 - 6087699

Móvil: 3004181569

**Bodega en Bogotá D.C.**

Cód web: 970-838931

• Valor arriendo:

**\$1.000.000**

• Área:

**100 mts<sup>2</sup>**

Descripción

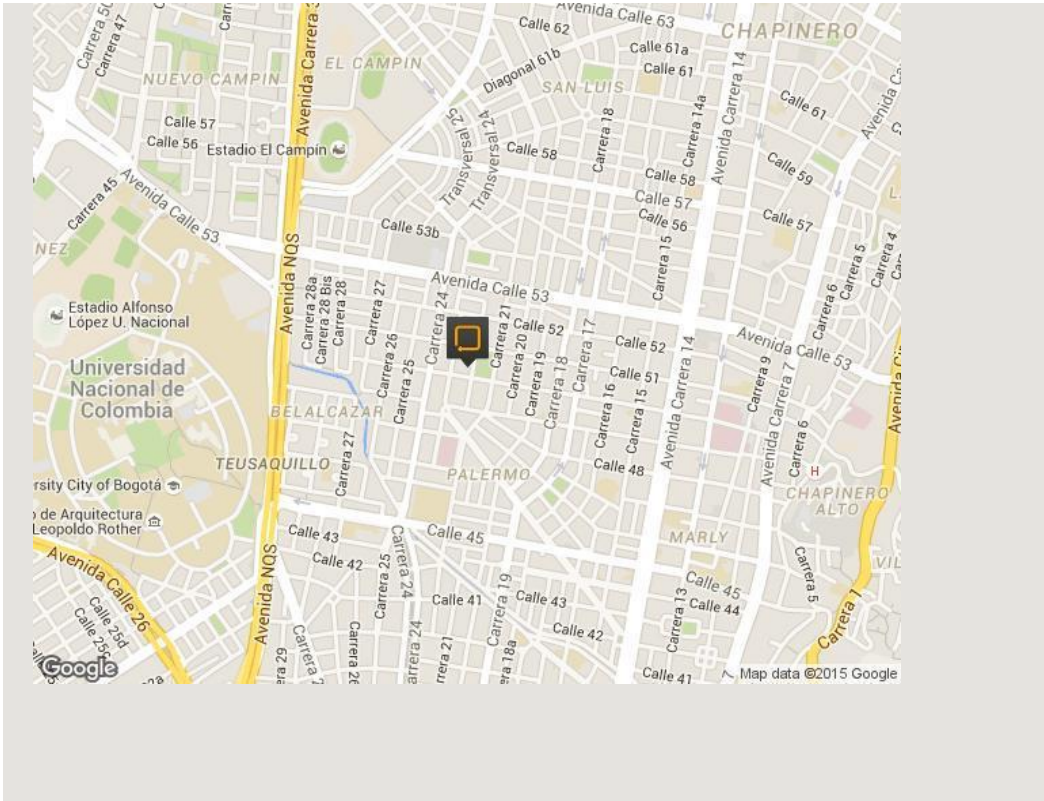
---

Bodega en excelente ubicación ya que cuenta con vías de acceso principales y de transporte público, área libre, dos baños, ideal almacenamiento de alimentos

Información general del inmueble

---

- **Tipo Inmueble**
- Bodega
  
- **Tipo Negocio**
- Arriendo
  
- **Nombre Común del Barrio**
- Galerías
  
- **Valor Arriendo**
- \$1.000.000
  
- **Estrato**
- 3
  
- **Área**
- 100 mts<sup>2</sup>



117



117

## MATERIA PRIMA

Material: de plástico

- 1) estándar de RoHS
- 2) cambiar los colores de luz
- 3) segundo, minuto, hora, fecha, mes, año de visualización (para el estilo llano)
- 4) Exhibición de la semana/alarma/función de temperatura (para el estilo llano)
- 5) visualización de la hora LCA (para L/m estilo, con alarma y PM/AM)
- 6) LCA con 3/6/9/12 dígitos pantalla (para el estilo L)
- 7) una función de control táctil
- 8) Dimensiones: 8x8x8 cm

¿ Qué está incluyendo en el paquete

Reloj

Libro de introducción

Ven con original paquete al por menor

- 1 (rojo) ---- Haga cuerpo vibrante, estimulante de la función fisiología, promover el metabolismo.
  - 2 (amarillo) ---- Simulación de un cerebro, haciendo los cerebros es vivos.
  - 3 (verde) ---- el movimiento de la fluxión constante, se relaja, hace equilibrio del estado de ánimo.
  - 4 (azul) ----- Fortalecer la inteligencia y la imaginación, control de movimiento, acabar con exasperación.
  - 5 (azul) ----- emocionados movimiento apaciguar, hacer caer la calma, estimular el cerebro, hacen los cerebros es vivos.
  - 6 (púrpura) ---- curar el dolor y los sufrimientos espirituales.
  - 7 (profundamente púrpura) ---- presión suave.
- Batería: 2 x AG13 (incluido), 4 x no incluidos)
- 1, envía la luz de poste suave de 7 tipos de colores, transformación de circulación, que la atmósfera romántica.
  - 2, hábilmente hecho amabilidad, crear excelentes, poner sobre la mesa, añadir una tala tibia y perfumada doblemente.
  - 3, la función de la manifestación tiempo se encuentran bien, en realidad y siempre muestran, mostrando para diez mil fecha de calendarios, la muestra la semana.
  - 4, función del termómetro, la sensación de la hora entera sabe la temperatura ambiente.
  - 5, función del despertador, 8 clases hacen campana Music. Defend a amar a la función del sueño, sin duda te hacen llegar a!
  - 6, función de luz nocturna, la noche controles para decir la hora, en busca de taza de agua, aplaudiendo afrontamiento ligeramente, luz de poste suave sería 6 brillante kindses son más o menos, a continuación, cierre automáticamente.
  - 7, la vida del LED es super para crecer, no necesitan ser reemplazados por 10 años.
  - 8, el logro LED consumen muy baja, no tienen fiebre, muy la provincia dar o recibir una descarga eléctrica.
  - 9, Tiene terapia de luz de color de aliviar la presión: puede a "equilibrio en el interior de color sensación" Creación que el cuerpo humano uno mismo tiene positivo de estimular y regular, Alcanzar a un estado de ánimo dulcify, Estabilizar el movimiento y aliviar la presión, La cancelación de la efecto de la fatiga por lo tanto. Para la vida moderna de ritmo rápido y trabajar varios enfermedad mental causado por la presión tiene para aliviar y prestar apoyo a la función de tratamiento muy activa.



*Shenzhen Household Good Factory*



[http://es.aliexpress.com/store/product/500pcs-lot-Free-shipping-Table-Desk-Digital-Alarm-Clock-7-Colors-LED-Display-Plastic-Clocks-Different/325928\\_1770053171.html?spm=2114.04010208.3.19.WL9M2D&ws\\_ab\\_test=searchweb201556\\_9\\_searchweb201602\\_1\\_10017\\_10005\\_10006\\_10034\\_10021\\_507\\_10022\\_10009\\_10020\\_10008\\_10018\\_10019\\_searchweb201603\\_6&btsid=9314f4c5-d5db-415b-ad60-229573fc68d5](http://es.aliexpress.com/store/product/500pcs-lot-Free-shipping-Table-Desk-Digital-Alarm-Clock-7-Colors-LED-Display-Plastic-Clocks-Different/325928_1770053171.html?spm=2114.04010208.3.19.WL9M2D&ws_ab_test=searchweb201556_9_searchweb201602_1_10017_10005_10006_10034_10021_507_10022_10009_10020_10008_10018_10019_searchweb201603_6&btsid=9314f4c5-d5db-415b-ad60-229573fc68d5)





Logo Time Toy



Mariquita: Es un animal que denota clama, tranquilidad , curiosidad y belleza.

Time: Tiempo

Toy: juguete