

INSTITUTO TECNOLOGICO DE NUEVO LAREDO

TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y COMUNICACIÓN

PRODUCTO: DING-RUG

ALUMNOS:

Gómez Miranda Themis Yolatl

Reyes Arenas Beatriz

Lessa García Manuel

Vázquez Parra Danelli Yaraví

Delgado Melchor Estephania

DATOS ASESORES.

MC. Raúl Rogelio Rojas Quiñones

MBA. Martínez Rendón José Eduardo

INDICE

DEFINICION DEL PROYECTO.....	3
JUSTIFICACION.....	5
MISION Y VISION.....	6
OBJETIVO.....	7
BENEFICIOS.....	8
ESTUDIO DE MERCADO.....	9
A) ANTECEDENTES OPORTUNIDADES QUE DAN ORIGEN	
DESCRIPCION DEL PROYECTO.....	10
B) INVESTIGACION DE MERCADO	
CONCLUSIONES DE ESTUDIO DE MERCADO	11
ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION.....	14
DESCRIPCION DEL PRODUCTO.....	17
PLAZA Y/O CANALES DE DISTRIBUCION.....	18
POLITICA DEL PRECIO.....	23
PROMOSION.....	24
DETENCION DE LOS PRINCIPALES CLIENTES.....	25
DEFINICION DE LOS COMPETIDORES.....	26
ASPECTO JURIDICO – ADMINISTRATIVO DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	27
C) PRONOSTICO DE VENTAS	
FORMULAR UNA ESTIMACIÓN DE DEMANDA EN TÉRMINOS DE VOLUMEN.....	28

1. DEFINICION DEL PROYECTO (CARACTERISTICAS)

DING-RUG

Los tapetes Ding-Rug serán vistos por el consumidor bajo el prisma de practicidad en el hogar.

Es un artículo representado por la moda, innovación y vanguardia.

Como producto real encontramos a un tapete con características adecuadas para la diversidad del hogar de hoy en día, características que poseen una tecnología que nunca había sido implementada en un tapete convencional y que satisface las cambiantes necesidades del consumidor.



Energía, precaución, visión, intelecto y creatividad.

Dándole un ding a tu bienvenida!

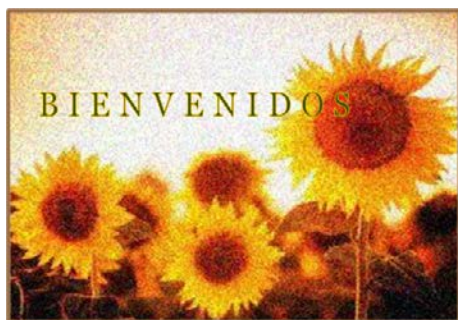
DESCRIPCION DEL PRODUCTO

Debido a lo anterior nuestra empresa para lograr una mayor satisfacción de nuestros clientes maneja dos líneas de nuestros productos:

- **Classic:** El classic como su nombre lo dice se caracteriza por ser un tapete con un diseño tradicional, el cual incluye colores neutros que reflejan elegancia y sofisticación para aquellos consumidores con gustos más sobrios, sin dejar atrás la innovación.



- **Nature:** Los tapetes de esta línea tienen un diseño con temáticas basadas en la naturaleza, dirigido al gusto de los consumidores que buscan implementarla en el diseño de sus hogares además de que se puede mezclar la innovación con la naturaleza.



JUSTIFICACIÓN

Un estudio realizado por Advance Consultora, revelo lo siguiente:

- Un 13,2% de encuestados quiere innovaciones que le hagan sentir diferente y exclusivo.
- La diversión no es un factor influyente dentro de la innovación en los productos nuevos.
- Los consumidores quieren mayor innovación por parte de las organizaciones.
- Las personas buscan que las innovaciones les faciliten la vida, sobre todo en el hogar.
- Un 15,8% de encuestados prefieren innovaciones en el diseño y estética de los productos.

MISIÓN:

"El compromiso central de FYNC es satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, brindándoles productos únicos, siempre a la vanguardia en la innovación, diseño y calidad, al ser la mejor empresa productora de artículos para el hogar".

VISIÓN:

"Nuestra visión es ser la empresa líder en la producción de artículos innovadores para el hogar de todo el país".

OBJETIVO

El objetivo de nuestra empresa es hacerles más fácil la vida cotidiana a nuestros clientes. Con nuestro tapete no solo le da una buena vista a la entrada de sus hogares, si no también se les hace más fácil escuchar a la hora que llegan sus invitados, así para no hacerlos esperar tanto en abrir. Nos visualizamos en los primeros lugares del mercado con nuestra innovación de producto.

BENEFICIOS

1. **Ahorro de energía física**, ya que no tendrán la necesidad de presionar manualmente el timbre sino que bastara única y exclusivamente con solo pararse sobre él.
2. **Solución de problemas**, en dado caso de que la persona lleve demasiadas cosas en las manos y le sea imposible ejecutar manualmente el timbre.
3. **Seguridad**, ya que permitirá saber si alguien se ha acercado a la puerta su hogar.
4. **Decoración**, es un producto cuyo diseño va a ser novedoso y que también permitirá decorar la entrada del hogar.

2. ESTUDIO DE MERCADO

INTRODUCCION

Nuestro compromiso general es satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, brindándoles productos únicos, siempre a la vanguardia en la innovación, diseño y calidad, al ser la mejor empresa productora de artículos para el hogar.

Es importante tener en cuenta que nuestro producto es único en el mercado, sabemos que el tapete ya incursionaba en el mercado pero debido a los artículos agregados se le ha dado un mejoramiento en cuanto a la innovación y tecnología.

A) ANTECEDENTES OPORTUNIDADES QUE DAN ORIGEN AL PROYECTO DE INNOVACIÓN, MEDIANTE LA DETECCIÓN DE DEMANDAS ESPECÍFICAS.

1) DESCRIPCION DEL PROYECTO

El prototipo físicamente tiene la forma de un tapete convencional pero innovador, con la función de que al momento que la persona al llegar a su casa y no tener la posibilidad de poder tocar el timbre simplemente se suba al tapete y podrá hacerlo sonar, con esto reduciendo esfuerzo físico.

Se pretende dar una facilidad a la persona de tener una ayuda, seguridad combinado con una decoración.

El prototipo está diseñado para conectarse a una corriente eléctrica. Posteriormente se piensa en crear uno ecológico con celdas solares para la reducción de energía eléctrica y hacer uso de los recursos naturales con esto se piensa que será más viable y de menor costo. Teniendo esto se puede hacer una combinación entre tecnología de bajo costo con la ecología que nos permite ayudar al medio ambiente dándole una calidad de alto nivel.

La accesibilidad que se tiene a la tecnología es demasiada accesible ya que no se tiene problemas al conseguirla.

De acuerdo a las pruebas que se han tomado y del buen estado en el que se encuentran, se asegura que el tapete funcionara sin ningún problema. Se contara con una garantía al momento de obtenerlo por si se llega a tener algún imprevisto.

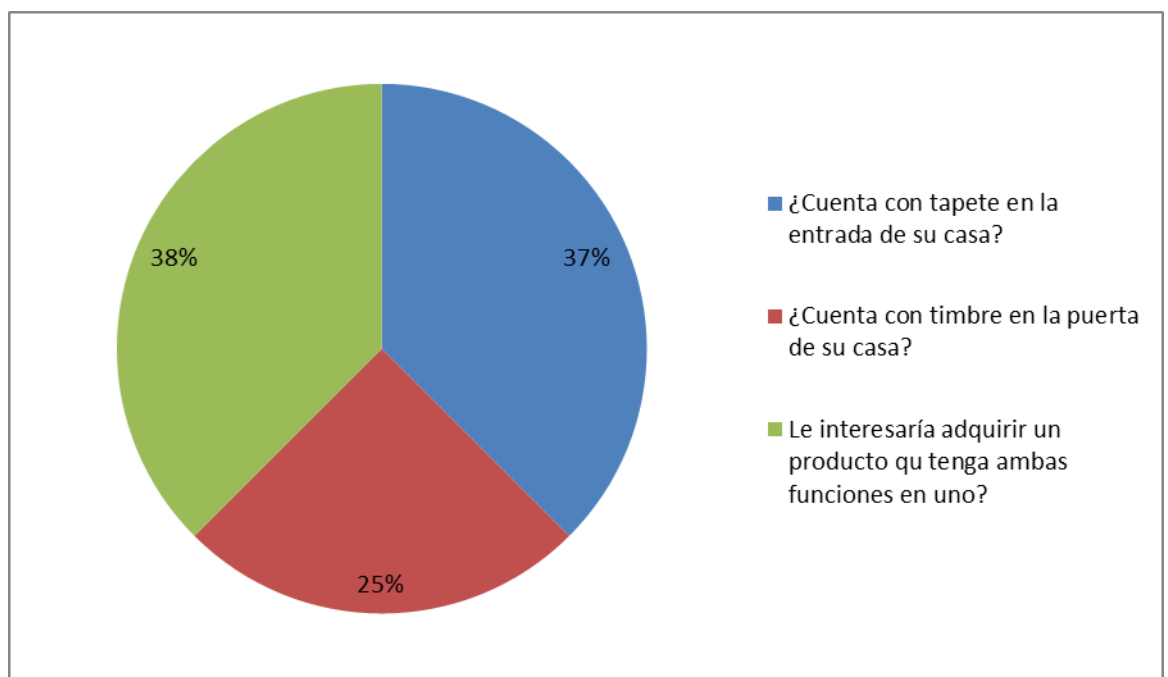
2) SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- Clase social de media alta a alta, basándonos así en una segmentación demográfica, debido a que estamos considerando los ingresos y nivel económico de ellos.
- Todo genero
- Personas de 25 a 40 años de edad.
- O bien o a aquellas personas que ya cuentan con un hogar y una solvencia económica estable

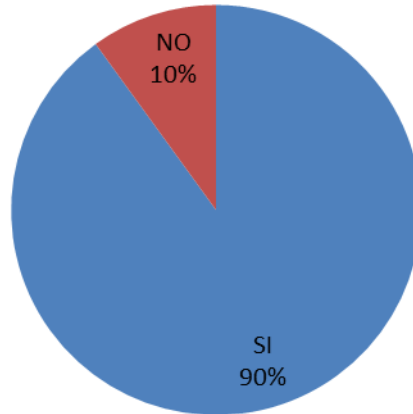
B) INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1) CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO.

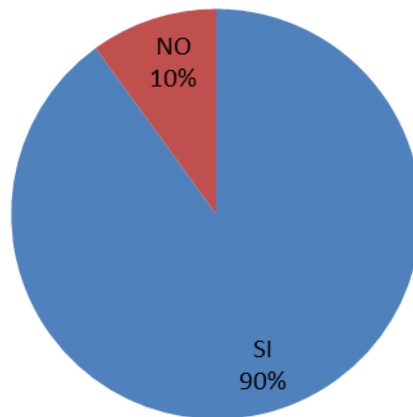
Para llegar a una conclusión sobre si nuestro tapete sería rentable o no, decidimos aplicar encuestas a personas con nuestras características de segmento para saber con qué tanta tangibilidad se cuenta. Utilizamos escalas de tipo dicotómico y Likert para darnos cuenta de que tan factible nuestro tapete sería, en los resultados se puede observar que un 90% de 100% cuenta con un tapete en la entrada de su casa, el 60% cuenta con timbre en su puerta y por ultimo un 90% está interesado en adquirir un producto que tenga ambas funciones. Esto nos arroja como resultado que nuestro tapete DING-RUG tendría una rentabilidad exitosa.



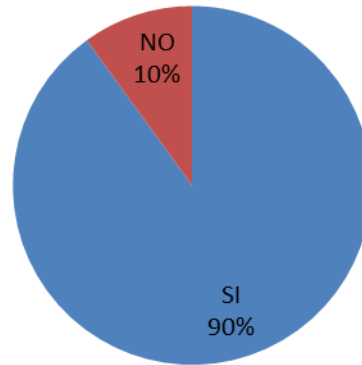
**¿CUENTA CON TAPETE EN LA
ENTRADA DE SU CASA?**



**¿CUENTA CON TIMBRE EN LA PUERTA
DE SU CASA?**



**¿LE INTERESARÍA ADQUIRIR UN
PRODUCTO QUE TENGA AMABAS
FUNCIONES EN UNA?**



2) ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION

El producto aumentado, por consiguiente tiene en su contenido una serie de servicios de pre y post venta, que en general comprenden ciertas garantías de compra y orientación al cliente de acuerdo a sus necesidades.

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN DE MARKETING

En FYNC hemos decidido implementar una comunicación de carácter meramente informativo, ya que por su naturaleza y como iniciadores en el mercado, nuestro objetivo principal es el de hacer conocedor, para todos nuestros consumidores meta, nuestro producto estrella; el Ding-Rug.

FORMATO DE PUBLICIDAD

Para cumplir con nuestro objetivo principal de comunicación de Marketing FYNC ha decidido llevarlo a cabo bajo la mezcla de dos formatos de comunicación existentes: estilo de vida y estado de animo.

Estado de ánimo. Se maneja este concepto para el anuncio de televisión, para darle un toque diferente a lo que puede brindar el producto, un beneficio intangible en las personas

Estilo de Vida: Este concepto se maneja también para promocionar y hacer que nuestro producto sea conocido a través de la Revista. Se decidió manejar este concepto para ir más directamente al tipo de segmento de nuestro producto: personas de una clase media alta a alta, con una buena economía, con un buen estatus, que siempre están buscando tener en sus hogares algo diferente que vaya más allá de ser funcional y que cuente además de un buen diseño.

SELECCIÓN DE MEDIOS

- Televisión
- Revista
- Pagina en Facebook

Fync_corporation@hotmail.com



La página de internet de facebook tiene como propósito principal dar a conocer alguna promoción o evento que se vaya a realizar en nuestra empresa así como también estar en contacto directo para que haya una retroalimentación, de tal manera que permita conocer las diferentes opiniones y puntos de vista de nuestros clientes.

TELEVISIÓN

Los anuncios televisivos, se difundirán por medio de la televisión del canal de las estrellas.

La transmisión se llevara a cabo los días lunes, miércoles y viernes el horario que se eligió es el siguiente:

06:00 am: Primero noticias

10:30 pm: Noticiero con Joaquín López Doriga

El precio por spot es de \$1,100.00 con una duración de 30 segundos.

El precio diario por spots seria de: \$2,200.00 y a la semana nos daría un monto de \$6,600.00 pesos.

REVISTA

Las revistas en la cual se promocionara nuestro tapete ding-rug es en la revista e portal debido a que primeramente daremos a conocer nuestros productos localmente

El costo de publicidad en la revista e Portal son los siguientes:

\$1,200.00 pesos el cuarto de hoja

\$1,600.00 pesos media hoja y;

\$2,700.00 a \$3,000.00 pesos la hoja completa; este precio es dependiendo de la gama de colores que se utilicen en dicho anuncio.

FYNC
HOME TECHNOLOGY INNOVATION
QUALITY & DESIGN

Av. Reforma entre
Emiliano Zapata, Blvd.
Lago de Chapala y Av.
Tecnológico local
numero 46.
Fync_corporation@hotmail.com

BIENVENIDOS

BIENVENIDO

Tapetes con
timbre!!!

Siempre buscas lo más innovador, además
de un buen diseño en todos los aspectos?

Ya llega!

DING-BUG

Estoy muy cansado, espero y no tarde en abrir!

Ese tapete es una maravilla!

Gracias por no hacernos esperar!

Dándole un Ding a tu Bienvenida

3) DESCRIPCION DEL PRODUCTO

Los tapetes Ding-Rug serán vistos por el consumidor bajo el prisma de practicidad en el hogar.

Es un artículo representado por la moda, innovación y vanguardia.

Como producto real encontramos a un tapete con características adecuadas para la diversidad del hogar de hoy en día, características que poseen una tecnología que nunca había sido implementada en un tapete convencional y que satisface las cambiantes necesidades del consumidor.

4) PLAZA Y/O CANALES DE DISTRIBUCION



Dicha distribución se llevara a cabo a través de una tienda propia la cual estará ubicada en la plaza comercial de paseo reforma ubicada en Av. Reforma entre Emiliano Zapata, Blvd. Lago de Chápala y Av. Tecnológico en el sur de la Ciudad de Nvo. Laredo, Tamaulipas en el local numero 46.

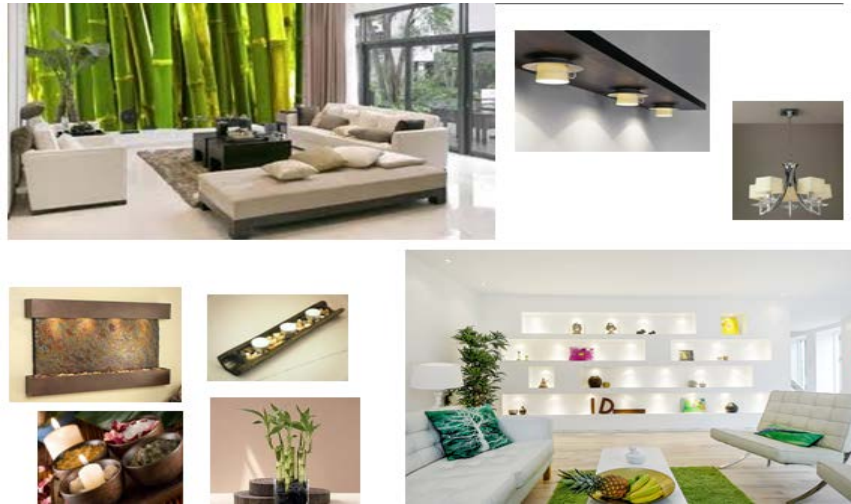


Exterior del local



Interior del Local





PERSONAL

1 Cajera

1 Técnico

Una persona que esté a cargo de la caja registradora, la cual se va a encargar de cobrar, elaborar notas, y atender a los clientes que acudan a nuestro local.

Así como también un técnico que se va a encargar de que no haya algún desperfecto en ninguno de los tapetes que están a la venta para los clientes, de igual manera se encargara junto con la cajera de atender a los clientes.

VESTUARIO



calzado

Mujer: vestido en colores corporativos azul índigo con cintillo blanco.

Hombre: camisa azul índigo con puños en color blanco al igual que el cuello, que son colores corporativos, el gris como representación de la relación con la tecnología, al igual que el como color complementario.

EMPAQUE

Una caja de cartón ligero, que en la parte superior cuenta con una cubierta plástica transparente que permita visualizar el diseño del tapete.

De igual manera nuestro empaque cuenta con un diseño exterior, formado por un conjunto de diversos estampados que distingan el modelo que se esté manejando y que nuestros clientes puedan reconocer con el simple hecho de ver el empaque.



TIPO DE DISTRIBUCIÓN

Nuestra distribución será exclusiva, debido a que nuestras ventas se realizarán en nuestro negocio, situado en la ubicación antes mencionada en Paseo Reforma y en otros locales que podamos adquirir en otras plazas comerciales como Soriana, H-E-B, y en el centro de la ciudad

ALMACENAMIENTO

La producción de nuestros artículos se lleva a cabo dentro de nuestra fábrica en la cual, reside nuestro almacén principal de productos terminados.

Para trasladar nuestros productos a las diferentes tiendas en las que se van a distribuir utilizaremos el transporte terrestre debido a que las tiendas en las cuales está incursionando nuestro producto serán locales



ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS

La empresa para llevar un control eficiente de sus inventarios así como para llevar un control de sus costos y no incurrir en perdidas maneja el modelo ideal de control de inventarios que es el justo a tiempo conocido por sus múltiples beneficios:

- Reduce el tiempo de producción.
- Aumenta la productividad.
- Reduce los costos de producción.
- Reduce inventarios (materiales comprados, obra en proceso, productos terminados).
- Reducción de espacios.
- Identificación de problemas de calidad
- Se puede aplicar a cualquier tipo de empresa que reciba o despache mercancías.

5) POLITICA DE PRECIO

La estrategia de precio que utilizaremos para nuestro producto ding-rug será el descremado de precios que consiste en lanzar el producto al mercado con un precio alto y conforme este vaya avanzando en el ciclo de vida, la empresa reducirá los precios de dicho producto, para tener una mayor participación en el mercado, sin embargo esta reducción de precios no debe de ser muy drástica para evitar perder el status de la marca.

Dentro de los costos fijos tenemos los siguientes:

Luz	\$ 3,500.00
Agua	\$ 300.00
Renta del local	\$18,000.00
Teléfono	\$ 550.00
Sueldos y salarios	\$26,500.00
Publicidad	\$29,100.00
Total	\$77,950.00

Costos variables

Materia prima:

Tapete:	\$50.00
Elaboración de la base	\$50.00
Otros materiales (unisel, clavo, foco)	\$25.00
Timbre:	\$160.00
Total:	\$285.00

Mano de obra: \$100.00

Total costos variables= \$385.00

Precio de venta= \$520.00

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de venta} - \text{Costos variables}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{77,950.00}{520 - 385} = 577.40 \text{ piezas}$$

Punto de equilibrio en ventas= \$300,560.00

$$\text{Margen de contribución} = \frac{\text{Costo unitario}}{1 - \text{Margen de utilidad esperado}}$$

$$\text{Margen de contribución} = \frac{520}{1 - .20} = 650$$

6) PROMOCIÓN

El objetivo de las promociones utilizadas por nuestra empresa son para tener una mejor atención con nuestros clientes; queremos hacerles saber lo importante que ellos son para nosotros y más que nada que se sientan satisfechos de preferirnos.

Debido a la naturaleza de nuestro producto las promociones que se llevaran a cabo se harán por medio de rifas y sorteos; y cupones de descuento.

Las rifas y sorteos se llevaran a cabo en días festivos o especiales para la empresa como cuando celebre un año más de permanencia en el mercado.

FYNC	FYNC	RIFA NAVIDEÑA	No. 1045
No. 1045	Por motivo de la celebración de estas fiestas decembrinas, hemos decidido llevar a cabo una rifa para agradecer la preferencia por parte de nuestros clientes.		
Nombre: _____	PREMIOS		
Dirección: _____	1er. Lugar: Una cesta navideña y un tapete alusivo a las fiestas decembrinas		
Teléfono: : _____	2do. Lugar: Un tapete alusivo a las fiestas decembrinas		
	Los números premiados serán los que coincidan respectivamente con los dos primeros premios del sorteo de la Lotería Nacional del 14 de diciembre del 2012.		
	El premio se entregara el 16 de diciembre del 2012 en las instalaciones de la empresa.		

Los cupones de descuento serán expedidos por la empresa en ocasiones especiales, a continuación se muestra un ejemplo de un cupón de descuento:



7) DETECCION DE LOS PRINCIPALES CLIENTES (REALES Y POTENCIALES)

Como ya se les había mencionado, la segmentación demográfica de nuestro proyecto va encaminado a una clase media alta a alta y a personas en un rango de edad entre 25 a 40 años de edad, o bien a todos aquellos que cuenten con un hogar y una buena solvencia económica.

Sabiendo las características de nuestra segmentación, nos damos cuenta que nuestros clientes reales se inclina a aquellas mujeres amas de casa que por ende ya cuentan con una familia y un hogar. Siendo estas las que estarían/ están más interesadas por nuestro producto, no por el simple hecho de ser mujer, sino también por las ventajas que nuestro tapete tiene.

Al igual que nuestros clientes reales, se cuenta con clientes potenciales siendo estos jóvenes independizados que cuentan ya con un hogar, parejas jóvenes, familias, e incluso aquellas personas que no cuentan con las características de nuestra segmentación, en pocas palabras aquellas personas interesadas de contar con un tapete en la entrada de su hogar.

8) DEFINICION DE LOS COMPETIDORES

Ding-Rug no cuenta con una competencia directa dentro del mercado debido a que nuestro producto es único e innovador, ya que engloba dos productos en uno además de ser atractivo en su imagen por sus diseños únicos. No cuenta con algún tapete que ofrezca lo mismo dentro del mercado, sin embargo consideramos como competencia indirecta a aquellas empresas que ofrecen productos como el tapete y timbres convencionales.

9) ASPECTOS JURÍDICO-ADMINISTRATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO

Para que una marca sea registrada deberá tener las características y requerimientos que la Subsecretaría de Tecnología, Invenciones y Marcas, dependiente de la Secretaría de Economía, implantaron y dio a conocer en el instructivo contemplado en el capítulo V de la Ley de Invenciones y Marcas.

La marca deberá contener las reglamentaciones dispuestas por la Ley de la Propiedad Industrial.

Se registrara y dará de alta el nombre y la marca de nuestra producto en el IMPI abarcando los requisitos legales y jurídicos indicados por la institución.

C) PRONÓSTICO DE VENTAS

1) FORMULAR UNA ESTIMACIÓN DE DEMANDA EN TÉRMINOS DE VOLUMEN

Formula que dará la demanda anual en unidades monetarias

$$Q = n \times q \times p$$

Donde

Q= demanda total del mercado

n= cantidad de compradores en el mercado

q= cantidad comprada por el comprador al año

p= precio de una unidad promedio

Nuestro objetivo es vender Ding-Rug en Nuevo Laredo, nuestro mercado meta son personas de todo genero de 25 a 40 años de edad de una clase social media alta a alta, personas que ya cuenten con un hogar propio y con una solvencia económica estable. Antes de calcular nuestra demanda anual en unidades, debemos obtener los siguientes datos:

- 1) La población total de Nuevo Laredo (384,033)
- 2) Obtener el número de familias.

Población Total Nuevo Laredo	=	384,033
Viviendas particulares habitadas	-	3.8%
Total de Viviendas particulares	=	101,061
Familias con seguro popular	-	38,715
Total de familias	=	62,346

- 3) Cantidad de compradores en el mercado concluimos que serian 62,346 familias nuestro mercado meta.
- 4) Cantidad comprada por el cliente al año, debido a que nuestro producto no es de primera necesidad estamos contemplando que sea uno producto por año.
- 5) Precio de la unidad promedio seria de \$ 520 pesos.

Formula: $Q = n \times q \times p$

Desarrollo.

$$Q = (62140)(1)(520) = 32,312,800$$