

CÓMODOS & CANCHOSOS

Carlos Armando Pineda Herrera
Paula Milena Plazas Perez
Diana Carolina Mendoza Gonzalez

Corporacion Unificada Nacional De Educación Superior - CUN
Negocios Internacionales - 7º semestre
Opción de grado 2
Bogotá D.C 2017

CÓMODOS & CANCHOSOS

Carlos Armando Pineda Herrera
Paula Milena Plazas Perez
Diana Carolina Mendoza Gonzalez

Trabajo de grado para obtener el título de Tecnólogo en Negocios Internacionales

DOCENTE: Carlos Alberto Lozano

Corporacion Unificada Nacional De Educación Superior - CUN

Negocios Internacionales - 7º semestre

Opción de grado 2

Bogotá D.C 2017

TABLA DE CONTENIDO

ACEPTACIÓN	6
TÍTULO DEL PROYECTO.....	7
RESUMEN.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO 1.....	10
1.MATRIZ ESTRATÉGICA.....	10
1.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	10
1.2 OBJETIVO GENERAL.....	10
1.3 IDENTIDAD ESTRATÉGICA.....	10
1.4 FUTURO PREFERIDO.....	11
1.5 IDENTIDAD DE LA EMPRESA.....	11
1.5.1 LOGOTIPO DE LA EMPRESA (COLORES INSTITUCIONALES).....	11
1.5.1.1 LOGO.....	11
1.5.1.2 SLOGAN.....	11
1.5.2 COLORES INSTITUCIONALES.....	12
1.5.2.1. Negro:.....	12
1.5.2.2. Blanco:.....	12
1.6 OBJETIVOS.....	12
1.6.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
1.6.1.2.....	12
1.6.1.3.....	12
1.6.1.4.....	12
1.6.1.5.....	13
1.6.1.6.....	13
1.6.1.7.....	13
1.6.1.8.....	13
1.6.1.9.....	13
1.7 VALORES CORPORATIVOS	13
1.7.1 POLÍTICAS.....	14

1.7.2 MARCO LEGAL.....	14
1.8 ANÁLISIS DOFA (FUERZAS INDUCTORAS Y FUERZAS Opositoras).....	15
CAPÍTULO 2.....	18
2. ESTUDIO DE MERCADO.....	18
2.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	18
2.3. METODOLOGIA DE INVESTIGACION.....	19
2.3.1. ENCUESTA CÓMODOS & CANCHOSOS.....	19
2.4. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	20
CAPÍTULO 3.....	27
3. PLAN DE MARKETING.....	27
3.1. OBJETIVOS PLAN DE MERCADEO.....	27
3.1.1. OBJETIVO GENERAL.....	27
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	27
3.2.1.	27
3.2.2.	27
3.2.3.	27
3.2.4.	27
3.2.5.	27
3.2. ESTRATEGIA DEL PRODUCTO.....	28
3.2.1. PRODUCTO.....	28
3.2.2. MARCA.....	28
3.2.3. EMPAQUE.....	29
3.2.4. SERVICIO POST-VENTA.....	29
3.2.4.1.	29
3.2.4.2.	29
3.2.4.3.	29
3.3. ESTRATEGIA DE PRECIO.....	29
3.4. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD.....	30
3.4.1. PLAN DE MEDIOS.....	30
3.5. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	31
3.5.1.	31

3.5.2.	31
3.5.3.	31
3.6. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.....	31
3.6.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	32
3.6.1.1.	32
3.6.1.2.	32
CAPÍTULO 4.....	33
4. PROYECCIÓN DE VENTAS.....	33
4.1. PROYECCIÓN ANUAL.....	33
CONCLUSIONES	35
BIBLIOGRAFÍA.....	36

ACEPTACIÓN

Director

Jurado

Jurado

Jurado

Bogotá D.C, 18 de Mayo 2017

TÍTULO DEL PROYECTO

Comodos & Canchosos es una empresa fabricante, diseñadora y distribuidora de camas para perros. Nos enfocamos en el material de fabricación y diseño de cada una de estas. Pensando en la conserva del medio ambiente, la materia prima utilizada para la elaboración de las camas serán neumáticos usados ya que actualmente el mercado busca productos y empresas que estén comprometidas con la mejora del entorno ambiental y como diseño desarrollamos bocetos encaminados principalmente a las barras del futbol mundial.

RESUMEN

Se va a desarrollar una empresa dedicada a la fabricación de camas para perros especialmente hechas en neumáticos usados. Tendremos la fábrica principal ubicada en Bogotá ya que necesitamos un espacio bastante amplio para la elaboración de estas, para la comodidad de los empleados, de los dirigentes de la empresa y de los clientes. Acá mismo se atenderán a todos los clientes que quieran obtener el producto al por menor.

Realizamos una encuesta de 12 preguntas las cuales se tabularon y se analizan una por una, se desarrollaron estrategias de mercadeo, publicidad y distribución del producto que vamos a ofrecer.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se realiza con el fin de iniciar con nuestra empresa llamada Cómodos & Canchosos, donde nos especializamos en crear, diseñar y distribuir camas para perros con apuntando a la conserva del medio ambiente, para ello nos enfocamos en el material con la que serán elaboradas las camas el cual es la reutilización de neumáticos usados, utilizaremos estos para la fabricación de la cama y nos dirigimos a tener diseños para las camas de barras y club's del fútbol mundial, también con la opción de que el cliente puede hacer el boceto que desee como diseño de la misma.

Buscamos la comodidad y seguridad del cliente a la hora de adquirir este producto, queremos contribuir con el medio ambiente dándole una mayor utilidad a los neumáticos y aspiramos a ser líderes en el mercado nacional e internacional.

CAPÍTULO 1

1. MATRIZ ESTRATEGICA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Esta idea nace en la CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN en el año 2015.

CÓMODOS & CANCHOSOS es una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de camas para perros hechas con neumáticos reciclables, ajustados a los parámetros ecológicos y con enfoque a diseños de las barras de los equipos del fútbol mundial. Contamos con personal calificado y capacitado para llevar a cabo un producto de excelente calidad, buscando satisfacer las necesidades y expectativas del hincha, en este caso para las personas que disfruten de la compañía de un perro en su hogar y que deseen brindar a su mascota mayor comodidad a la hora de ir a la cama.

1.2 OBJETIVO GENERAL

Ser una empresa reconocida por ofrecer un servicio pulcro, brindando innovación y desarrollo, satisfacer las necesidades de los clientes y poderle brindar un producto de alta calidad, adaptándonos a los cambios sociales, culturales y a los avances tecnológicos que ocurran en el transcurso de los años

1.3 IDENTIDAD ESTRATÉGICA

La misión de COMODOS & CANCHOSOS es diseñar, fabricar y comercializar camas para los perros de la hinchada de los equipos del fútbol mundial, hechas en neumáticos reciclables que estén ajustadas a los parámetros ecológicos exigidos y que en cuanto al diseño estén enfocadas a los equipos de las barras del futbol mundial.

1.4 FUTURO PREFERIDO

CÓMODOS & CANCHOSOS será una empresa respetada y reconocida a nivel nacional e internacional, que brindará de forma ecológica innovación, calidad y comodidad a los perros de los hinchas de los equipos del fútbol mundial, brindando mejor calidad de vida y así en el 2020 lograr obtener el liderazgo del mercado global.

1.5 IDENTIDAD DE LA EMPRESA

1.5.1 LOGOTIPO DE LA EMPRESA (COLORES INSTITUCIONALES)



1.5.1.1 LOGO

El anterior fue el logo escogido por CÓMODOS & CANCHOSOS para representar nuestra marca, la primera parte es el perro el cual representa que las camas que realizaremos serán enfocadas hacia este tipo de mascotas, la segunda parte es el balón lo cual nos lleva a mostrar que nuestro fuerte serán los diseños de las camas para perros ya que tendrán bocetos aplicados hacia las barras de los equipos de fútbol mundial y la tercera parte está conformada por nuestro nombre y eslogan lo que representa lo que somos, lo que queremos y pretendemos hacer con nuestro producto en este caso “Camas para perros hechas con neumáticos reciclables”.

1.5.1.2 SLOGAN

“¡A DORMIR BANDA!”

CÓMODOS & CANCHOSOS es una empresa que como objetivo principal desea brindar una mayor comodidad a nuestras mascotas a la hora de ir a dormir y de igual forma hacer de este espacio algo novedoso, divertido y llamativo, además de contar con excelente calidad a la hora de fabricar las camas.

1.5.2 COLORES INSTITUCIONALES

1.5.2.1. Negro:

El color negro está asociado con el poder, la elegancia, el secreto y el misterio. Es autoritario y puede evocar emociones fuertes, su exceso puede ser abrumador.

1.5.2.2. Blanco:

El color blanco implica inocencia y pureza.

Implica un nuevo comienzo: El blanco representa la pizarra limpia, nos ayuda en momentos de estrés, y nos ayuda a seguir adelante y a poner el pasado atrás.

Significa igualdad y unidad. Contiene todos los colores del espectro y representa lo positivo y lo negativo de cada uno de ellos.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.6.1.2. Diseñar camas para perros adaptándonos al modelo de las barras de futbol mundial, para así satisfacer aquellos hinchas con perros en su hogar

1.6.1.3. Desarrollar un elevado compromiso en ofrecer un servicio oportuno a cada cliente

1.6.1.4. Cumplir los estándares de calidad y seguridad del producto.

1.6.1.5. Contribuir para que el producto en desarrollo contribuya con la conserva del medio ambiente

1.6.1.6. Darnos a conocer en el mercado nacional e internacional con nuestro producto.

1.6.1.7. Garantizar a nuestros clientes que el producto es de excelente calidad y cumple con las necesidades que requieren.

1.6.1.8. Establecer buenas condiciones laborales a nuestros trabajadores, también brindándoles seguridad y estabilidad para que así su trabajo sea el mejor.

1.6.1.9. Capacitar a nuestros trabajadores para cumplir con los estándares de calidad del producto, también para que tengan un trato amable y respetuoso con nuestros clientes.

1.7 VALORES CORPORATIVOS

A los empleados, clientes, proveedores y gerentes de la empresa. No importa el rol que tenga en la empresa, la idea es que haya respeto mutuo entre todas las personas. Como empresa es nuestra responsabilidad que nuestros trabajadores tengan estabilidad y buenas condiciones laborales, que nuestros clientes estén a gusto el servicio que les ofrecemos a la hora de venderles el producto y con el medio ambiente ayudando a la preservación del mismo con nuestro trabajo.

A la hora de presentar proyectos y de entregas con nuestros clientes y proveedores, así mismo, también exigimos que nuestros trabajadores respeten su horario laboral y las tareas que les son asignadas. Queremos generar un vínculo de confianza, que nuestros clientes estén a gusto con lo que le ofrecemos

La integración total de cada uno de los miembros de la empresa al grupo laboral, para generar un ambiente positivo y promover mejores resultados. Orientado tanto para los miembros de la empresa entre sí, como con los clientes. Promoviendo la verdad como una herramienta elemental para generar confianza y la credibilidad de la empresa.

Nos referimos a innovaciones, creaciones y cambios tanto en el producto ofertado, como en la metodología laboral y de estrategias.

1.7.1 POLÍTICAS

1.7.2 MARCO LEGAL

El artículo 158-2 del Estatuto Tributario: DEDUCCIÓN POR INVERSIONES EN CONTROL Y MEJORAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE. Las personas jurídicas que realicen directamente inversiones en control y mejoramiento del medio ambiente, tendrán derecho a deducir anualmente de su renta el valor de dichas inversiones que hayan realizado en el respectivo año gravable, previa acreditación que efectúe la autoridad ambiental respectiva, en la cual deberán tenerse en cuenta los beneficios ambientales directos asociados a dichas inversiones. El valor a deducir por este concepto en ningún caso podrá ser superior al veinte por ciento (20%) de la renta líquida del contribuyente, determinada antes de restar el valor de la inversión.

El artículo 3° del Decreto 2820 de 2010: CONCEPTO Y ALCANCE DE LA LICENCIA AMBIENTAL. La Licencia Ambiental, es la autorización que otorga la autoridad ambiental competente para la ejecución de un proyecto, obra o actividad, que de acuerdo con la ley y los reglamentos pueda producir deterioro grave a los recursos naturales renovables o al medio ambiente o introducir modificaciones considerables o notorias al paisaje; la cual sujeta al beneficiario de esta, al cumplimiento de los requisitos, términos, condiciones y obligaciones que la misma establezca en relación con la prevención, mitigación, corrección, compensación y manejo de los efectos ambientales del proyecto, obra o actividad autorizada. La Licencia Ambiental llevará implícitos todos los permisos, autorizaciones y/o concesiones para el uso, aprovechamiento y/o afectación de los recursos naturales renovables, que sean necesarios por el tiempo de vida útil del proyecto, obra o actividad.

El artículo 2° del Decreto 3172 de 2003: Por medio del cual se reglamenta el artículo 158-2 del Estatuto Tributario, establece los requisitos para la procedencia de la deducción por inversiones en control y mejoramiento del medio ambiente, señalando en el literal d):

“... d) Que previamente a la presentación de la declaración de renta y complementarios en la cual se solicite la deducción de la inversión, se obtenga certificación de la autoridad ambiental competente, en la que se acredite que:

- La inversión corresponde a control y mejoramiento del medio ambiente de acuerdo con los términos y requisitos previstos en el presente decreto, y
- Que la inversión no se realiza por mandato de una autoridad ambiental para mitigar el impacto ambiental producido por la obra o actividad objeto de una licencia ambiental;”.

1.8 ANÁLISIS DOFA (FUERZAS INDUCTORAS Y FUERZAS OPOSITORAS)

FUERZAS INDUCTORAS

	AREA FUNCIONAL 1		ÁREA FUNCIONAL 2	
OPORTUNIDADES	O1	Crecimiento de la empresa	O4	Innovación en cuanto a los diseños de las camas para perros
	O2	Apertura de nuevos mercados	O5	Nuevos inversionistas
	O3	Que nuestro producto sea reconocido a nivel nacional e	O6	Alto impacto en las industrias de elementos deportivos

internacional

	AREA FUNCIONAL 1	ÁREA FUNCIONAL 2
FORTALEZAS	F1 Contribución con el medio ambiente	F4 Empresa en sociedad
	F2 Diseños para las barras de los equipos del fútbol mundial	F5 Exclusividad del producto
	F3 Conocimientos en comercio exterior	F6 Lealtad de los clientes

FUERZAS Opositoras

	AREA FUNCIONAL 1	ÁREA FUNCIONAL 2
AMENAZAS	O1 Hoy en día se le está dando gran utilidad a los materiales reciclables	O4 Llegada de nuevos competidores
	O2 Por los bajos costos, podemos arriesgarnos a que nos copien la idea	O5 Resistencia interna al cambio
	O3 Desconocimiento jurídico	O6

	AREA FUNCIONAL 1	ÁREA FUNCIONAL 2
DEBILIDADES	F1 Capital de la empresa	F4 Falta de definición de la ubicación de las instalaciones
	F2 Poco personal capacitado	F5 No se dispone de proveedores e insumos
	F3 Por ser una empresa nueva puede que tenga un alto o un bajo impacto en el mercado	F6 Falta de publicidad

CAPÍTULO 2

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

Comodos & Canchosos es un proyecto que busca competir en el mercado de las camas para mascotas usando materiales reutilizables como lo son los neumáticos que ya cumplieron con su ciclo útil, con esta iniciativa Cómodos & Canchosos quiero promover el cuidado del medio ambiente y la reutilización de dichos materiales.

Con este estudio de mercados Comodos & Canchosos quiere obtener un amplio conocimiento de sus clientes objetivo, queremos conocer los gustos, las preferencias de los clientes de este producto (Camas para mascotas) para poder lograr la mayor aceptación en el mercado y poder sobresalir por encima de la competencia.

2.2. DEFINICION DEL MERCADO OBJETIVO

Comodos & Canchosos quiere llegar principalmente a las personas que tengan mascotas en sus hogares, personas que le den importancia a sus mascotas, que estas tengan un papel importante dentro de la familia, también queremos llegar a las tiendas que distribuyan productos para mascotas como las veterinarias, tiendas que ofrezcan accesorios para mascotas, este mercado el cual queremos alcanzar esta en la ciudad de Bogotá los clientes a los que queremos llegar con nuestro producto son aquellas que sientan un gran aprecio hacia sus mascotas lo suficiente para invertir en una cama para la misma, al tratarse de un producto hecho con materiales reutilizables


no se precisa que nuestros clientes tengan una gran capacidad adquisitiva ya que el precio de nuestro producto no será muy alto.

2.3. METODOLOGIA DE INVESTIGACION

A continuación se muestra la encuesta aplicada por Cómodos & Canchosos en el segmento de mercado:

2.3.1. ENCUESTA CÓMODOS & CANCHOSOS

ENCUESTA OPCION DE GRADO 2



COMODOS & CANCHOSOS
¡A dormir banda!

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer la opinión de las personas acerca de la reutilización de llantas recicladas que serán convertidas en camas para mascotas. Va dirigida a todas las personas que tienen perros en su hogar.

GUSTOS

1. ¿Suele usted comprarle cama a su perro?

- Si
- No
- Usted mismo la fábrica

2. ¿Con qué frecuencia suele cambiarle la cama a su perro

- Cada mes
- Cada seis meses
- Cada Años
- Cuando lo requiera, no importa el tiempo

3. ¿Cuándo compra la cama de su mascota se fija en los materiales con los que está hecha esta?

- Si
- No

CONOCIMIENTO

4. ¿Compraría usted un producto fabricado en material reciclable?

- Si
- No

5. ¿Conoce usted el uso que le puede dar a los neumáticos usados?

- Si
- No

6. Conoce usted alguna otra empresa que esté dedicada a la fabricación de camas para perros en neumáticos usados?

- Si
- No

RESULTADOS

7. Califique en un rango de 1 a 5 donde 1 es muy malo y 5 es muy bueno, la idea de convertir llantas recicladas en camas para mascotas

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

8. ¿Está de acuerdo usted con la implementación de materiales como espuma y tela de peluche para complementar el neumático y diseñar a cama?

- Si
- No

9. ¿Le gustaría a usted adquirir un producto con un diseño de barras de fútbol o con el diseño de un club de fútbol?

- Si
- No

10. ¿Le gustaría hacer su propio diseño para el producto que desea comprar?

- Si
- No

INTENCIONALIDAD

11. CAMAS PARA PERROS HECHAS EN NEUMÁTICOS USADOS CON DISEÑOS DE BARRAS Y CLUB'S DEL FÚTBOL MUNDIAL. Dada la idea anterior, ¿Le agradaría comprar un producto así?

- Si
- No

12. Califique de 1 a 5, ¿Si nuestro nuevo producto estuviera disponible hoy, qué posibilidades existen de que lo recomiende?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Cómodos & Canchosos es fabricante y distribuidora de camas para mascotas hechas con materiales reutilizables como las llantas que ya pasaron su ciclo de utilidad, para la identificación

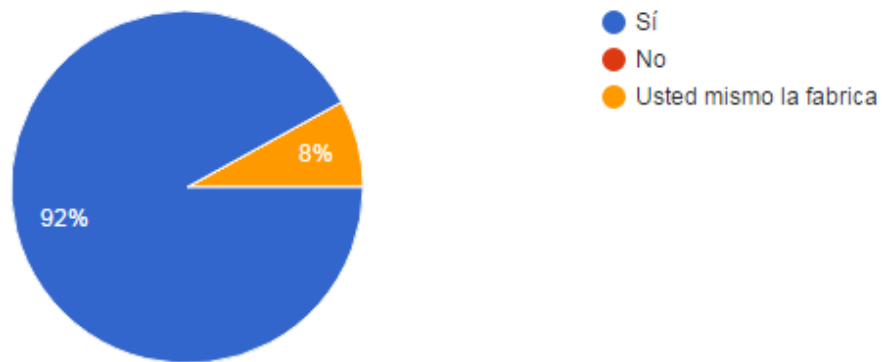
de la muestra, aplicamos la entrevista a 50 personas que tenían en sus hogares mascotas de esta manera podemos apreciar la opinión directamente del mercado al que queremos llegar.

2.4. TABULACION Y ANALISIS DE LA INFORMACION

Se realizo la encuesta a 50 personas de 12 preguntas las cuales cuentan con perros en su hogar, tabulamos cada pregunta y realizamos los siguientes analisis.

1. ¿Suele usted comprarle cama a su perro?

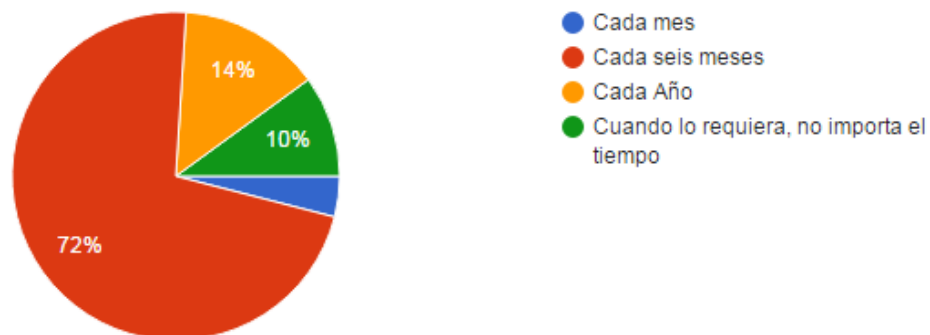
50 respuestas



Nos favorece un 92% de la población encuesta al responder que si compra la cama para su perro, ya que las personas que las fabrican disminuyen sus costos y buscan otra clase de alternativas para sus mascotas.

2. ¿Con que frecuencia suele cambiarle la cama a su perro?

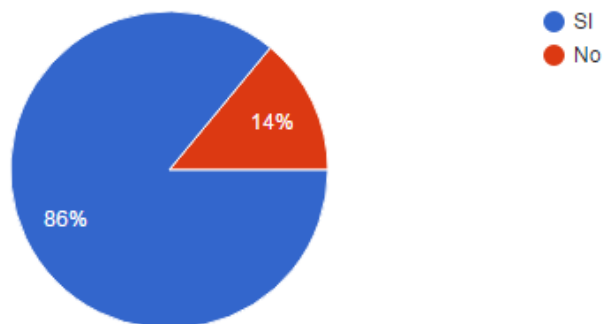
50 respuestas



En la mayoría, las personas suelen cambiar las camas para sus mascotas cada seis meses, lo cual indica que la demanda del producto es adecuada a la producción de nuestra planta.

3. ¿Cuándo compra la cama de su mascota se fija en los materiales con los que está hecha esta?

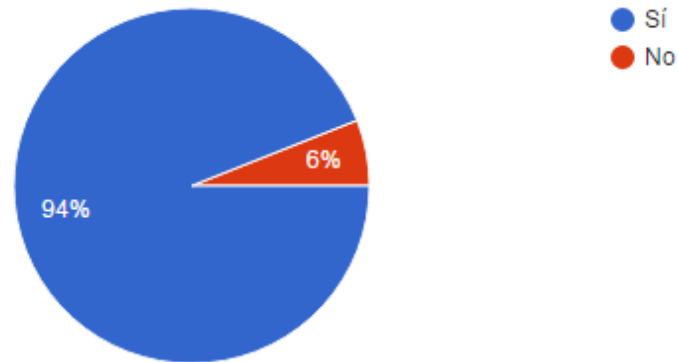
50 respuestas



Un 86% contestó que si se fija en los materiales con los cuales esta elabora la cama que compra, esto quiere decir que si el consumidor se fija en los materiales de las camas puede darse cuenta que Cómodos & Canchosos se dedica a la conserva del medio ambiente con la materia que utiliza.

4. ¿Compraría usted un producto fabricado en material reciclable?

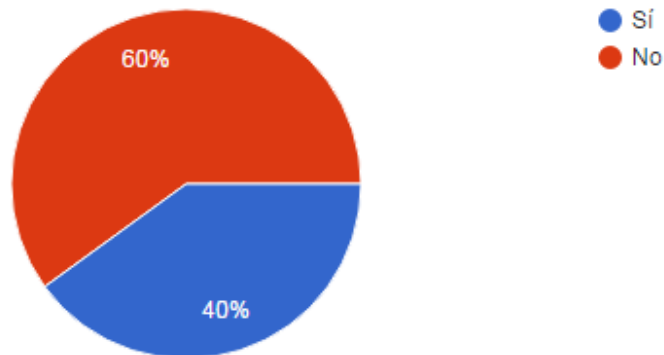
50 respuestas



Dado a que Cómodos & Canchosos esta enfocado en la re-utilizacion de neumaticos usados para la elaboracion de las camas para perros, este porcentaje del 94% nos favorece.

5. ¿Conoce usted el uso que le puede dar a los neumaticos usados?

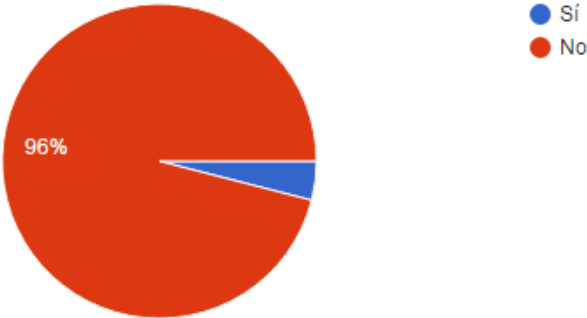
50 respuestas



Esta pregunta la hacemos por conocimiento del consumidor frente al material que tendra el producto que va a comprar.

6. Conoce usted alguna otra empresa que este dedicada a la fabricación de camas para perros en nuematicos usados?

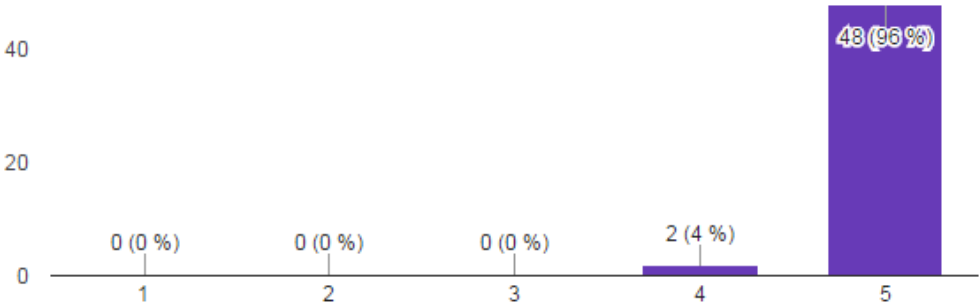
50 respuestas



Para nosotros como empresa nos es muy importante conocer si el consumidor conoce alguna otra empresa que se dedique a lo mismo, con eso distinguimos que tan alto es el porcentaje que tenemos de competencia frente al producto que les estamos ofreciendo, en este caso nos favorece un 96% la pregunta realizada

7. Califique en un rango de 1 a 5 donde 1 es muy malo y 5 es muy bueno, la idea de convertir llantas recicladas en camas para mascotas

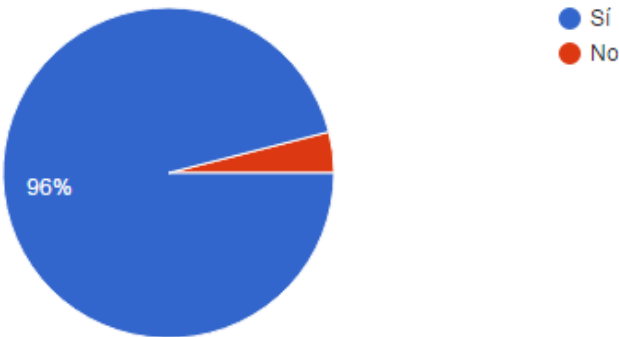
50 respuestas



Anhelamos que al consumidor y a nuestros futuros clientes les agrade y le llame la atención la idea plasmada en la pregunta, al formular una pregunta en la cual el encuestador tiene la oportunidad de calificar es muy grato ver que el 96% de los encuestados están apreciando la idea.

8. ¿Está de acuerdo usted con la implementación de materiales como espuma y tela de peluche para complementar el neumático y diseñar a cama?

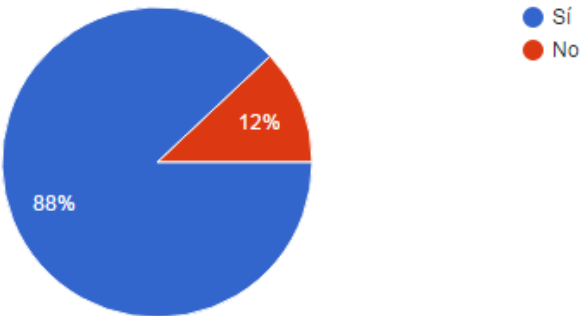
50 respuestas



El 96% esta de acuerdo con los materiales plamados para la idea de la cama.

9. ¿Le gustaría a usted adquirir un producto con un diseño de barras de fútbol o con el diseño de un club de futbol?

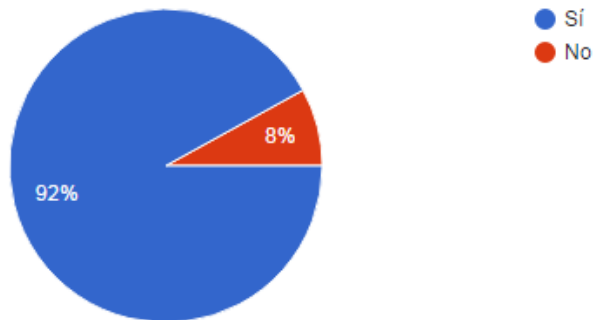
50 respuestas



Dado a que el enfoque principal de los diseños de las camas es plasmar bocetos orientados hacia las barras y equipos de futbol mundial, nos complace ver que el 88% de los encuestados esta dispuesto a adquirir un producto con estas características.

10. ¿Le gustaría hacer su propio diseño para el producto que desea comprar?

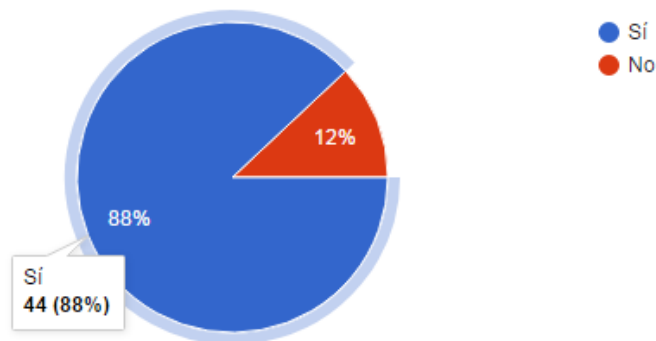
50 respuestas



Pero como segunda opción tenemos la alternativa de que el cliente diseñe su propio boceto para la cama que quiera comprar, y esta pregunta nos plasma que el 92% esta dispuesto a realizar su diseños.

11. CAMAS PARA PERROS HECHAS EN NEUMATICOS USADOS CON DISEÑOS DE BARRAS Y CLUB'S DEL FUTBOL MUNDIAL. Dada la idea anterior, ¿Le agradecería comprar un producto así?

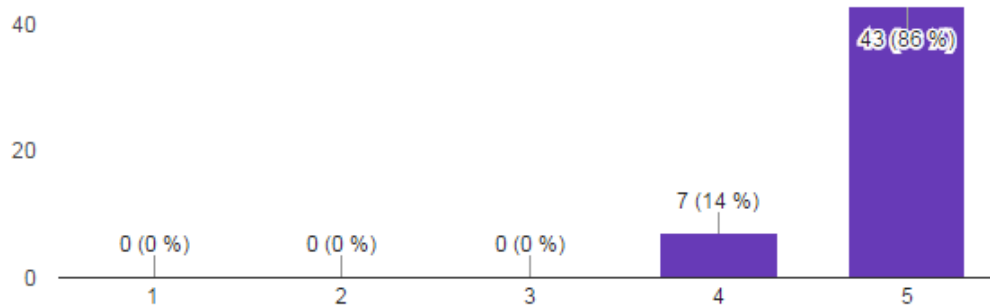
50 respuestas



Esta es la pregunta más importante de la encuesta, ya que en esta estamos plasmando la idea original de la empresa y deseamos que el cliente le agrade este tipo de productos. Tenemos la ventaja de que un 88% de la población encuestada le gusta y está dichosa por la compra del producto.

12. Califique de 1 a 5, ¿Si nuestro nuevo producto estuviera disponible hoy, qué posibilidades existen de que lo recomiende?

50 respuestas



Y nuestra pregunta final, nos muestra que un 86% de encuestados está dispuesto a recomendar nuestra empresa y producto a las demás personas.

Con los resultados obtenidos de las encuestas nos podemos dar de cuenta que la mayoría de personas encuestadas están de acuerdo con el producto, por lo que determinamos que el proyecto es viable.

Con los resultados que se obtuvieron de la encuesta tenemos la confianza de poner en marcha el proyecto ya que encontramos que la gente ve atractivo en producto.

CAPITULO 3

3. PLAN DE MARKETING

3.1. OBJETIVOS PLAN DE MERCADEO

3.1.1. OBJETIVO GENERAL

Cómodos & canchosos es una empresa que se enfoca en personas que en su hogar disfruten de la compañía de un perro y que busquen la mayor comodidad del mismo a la hora de dormir.

Nuestra compañía está orientada a diseñar, fabricar y comercializar camas para perros hechas con neumáticos reciclables, aplicando como sello una gran variedad de diseños encaminados a las barras de los equipos de futbol mundial. Cómodos & canchosos desea que el cliente tenga voz y voto a la hora de elegir el diseño que se desee implementar, por ello brindamos la opción de que cada uno realice el boceto que será aplicado al producto final en este caso “la cama” y así poder incrementar el reconocimiento de nuestra marca en los grandes y pequeños consumidores y del mismo modo lograr un gran posicionamiento en el mercado mundial.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

3.2.1. Interactuar con los clientes para de esa manera ofrecer un producto de alta calidad, logrando obtener la confianza y seguridad de cada uno de ellos.

3.2.2. Establecer estrategias e indicadores necesarios para competir con el mercado y así lograr un alto posicionamiento como una de las mejores empresa.

3.2.3. Identificar la mejor estrategia de publicidad y promoción que será aplicada al producto para darlo a conocer y obtener la fidelidad de cada uno de los clientes.

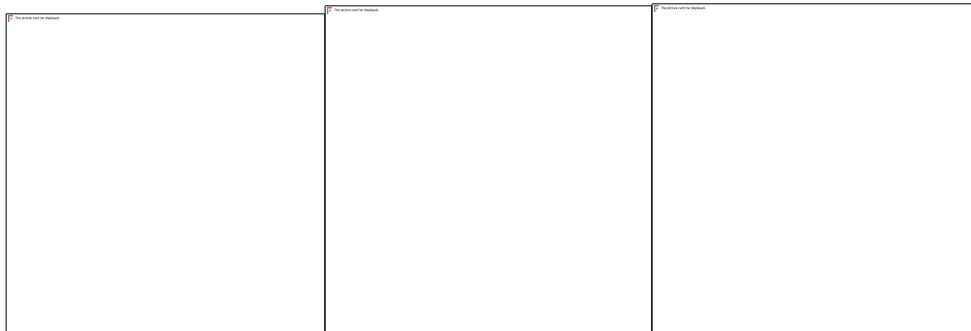
3.2.4. Demostrar que somos una empresa que apoya la conserva del medio ambiente con la utilización de material reciclable para la elaboración de nuestro producto.

3.2.5. Analizar el mercado global y cómo éste acepta nuestro producto.

3.2. ESTRATEGIA DEL PRODUCTO

3.2.1. PRODUCTO

Cómodos & canchosos ofrece camas para perros fabricadas con material reciclable, las cuales tienen como base de elaboración y como insumo principal neumáticos usados. La empresa se encarga de hacer la recolección de estos y proceder a la elaboración del producto final. En cuanto al diseño de las camas, nuestra empresa hace referencia a diseños enfocados en las barras de los equipos de fútbol mundial o teniendo en cuenta las preferencias del consumidor, éste podrá elaborar un boceto a su gusto o preferencia que será aplicado a la cama.



3.2.2. MARCA



COMODOŞ & CANCHOŞOŞ
iA dormir banda!

Atraer y conquistar al consumidor, desarrollamos camas para perros y deseamos que nuestros clientes se identifiquen con la exclusividad de nuestra empresa y con la novedosa idea que se le está dando al producto.

3.2.3. EMPAQUE

Cómodos & canchosos es una empresa que contribuye con el medio ambiente de esta forma utilizamos cajas de cartón blanco con un diseño especial que la empresa emplea para darle exclusividad al producto a la hora de ser entregado, ya sea la compra por unidad o al por mayor cada cama irá en su caja, esto buscando mayor seguridad para el producto y la conserva de el medio ambiente.

3.2.4. SERVICIO POST-VENTA

Para Comodos & Canchosos es vital desarrollar una estrategia que fidelice al cliente con el producto y brinda siempre la posibilidad de día a día conseguir nuevos clientes.

Establecimos una serie de protocolos que nos ayudarán a brindar una atención adecuada al cliente, como lo son:

3.2.4.1. Servicio de información y publicidad las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

3.2.4.2. Seguimiento personalizado a las solicitudes de cada cliente

3.2.4.3. Realizar una serie de seguimientos en cuanto a la venta del producto, calidad, sugerencias que nos puedan brindar los clientes y de esta manera poder corregir pequeños problemas de la mejor forma posible.

3.3. ESTRATEGIA DE PRECIO

El precio de las camas va a variar dependiendo del tamaño de la cama, el diseño que el cliente escoja, el precio también variará dependiendo de los materiales que el cliente escoja para acompañar el neumático, el producto se podrá pagar en efectivo o con tarjeta débito o crédito, contando a partir de que el cliente lleve más de dos camas se le aplicará un descuento en la segunda cama que lleve.

Para la fijación del precio tendremos en cuenta el costo fijo de producción, el capital invertido y tendremos en cuenta las unidades que se vendan al año, la rentabilidad que queremos sacar para

el producto es del 20% y es algo que también tendremos en cuenta para la fijación del precio de venta.

3.4. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

Desarrollaremos una estrategia de publicidad que dé a conocer nuestro producto y el consumidor se informe de las características con las que cuenta este. Queremos resaltar los principales beneficios y atributos que el producto ofrece y que así el cliente se sienta motivado por la compra del mismo. Buscamos vender la imagen y fidelizar al cliente con la marca.

Inicialmente el producto lo daremos a conocer con un brochure que contenga una pequeña descripción principalmente de la empresa y una amplia especificación del producto que ofrecemos. Esto se utilizara en las visitas de los clientes.

Daremos a conocer nuestro producto vía internet, por las “redes sociales” ya que estas son las mas visitadas y utilizadas por las personas. Se tendrá un equipo especial para la actualización de cada una de las páginas.

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Youtube
- Gmail o/y Hotmail

Contaremos con una página web la cual tendrá todas las especificaciones tanto de la empresa como del producto, promociones, fotos, contacto, y demás cosas. También encontrarán una aplicación móvil con las mismas especificaciones de la página para mayor comodidad al consumidor.

3.4.1. PLAN DE MEDIOS

El tipo de publicidad que utilizaremos será virtual. Queremos que la información se expanda de forma positiva y rápida a todo el público interesado en el producto logrando un gran impacto. Nuestro mayor objetivo es llegar a un mayor mercado, abarcar nacional e internacionalmente con nuestro producto. Queremos que por medio de estos medio de publicidad el consumidor esté

informado del producto y los cambios e innovaciones que le implementemos, promociones, descuentos y demás ofertas que tendremos para nuestros clientes y futuros compradores.

3.5. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Cómodos & canchosos busca la comodidad para el cliente, por eso la comunicación será por redes sociales, página web y por nuestro correo y número corporativo para suministrarles la información propicia del producto, de las promociones, descuentos, campañas y de nuevas ofertas que vamos a ofrecerles.

Pensando en el cliente, tenemos algunas ideas que queremos implementar para mayor éxito con los clientes.

3.5.1. Desarrollaremos ventas personalizadas con el cliente, sabemos que esto es una de las principales herramientas de promoción, y queremos que el cliente sienta que hace parte de una gran familia, que conozca a fondo el producto y el servicio que le estamos ofreciendo.

3.5.2. En cuanto al producto, inicialmente vamos a manejar una alianza con AGROCAMPO, esta es una empresa dedicada a todo lo relacionado con veterinaria. Con ellos manejaremos el tema de “Por compra de una cama se les da un pequeño obsequio para la mascota”, “Por compras al por mayor se costea el valor de transporte”, promociones como esta vamos a manejar con Agrocampo. Para nuestros otros clientes manejaremos promociones parecidas más descuentos por comprar grandes.

3.5.3. Haremos parte de campañas relacionadas con el cuidado de los perros, esto para dar a conocer más nuestra marca y que nuestros clientes vean que nosotros como empresa apoyamos en el cuidado de las mascotas.

3.6. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Cómodos & canchosos es una empresa que ofrece un producto para que el consumidor lo compre y este a gusto con el servicio prestado, nuestro enfoque es que el cliente tenga la mayor satisfacción a la hora de la compra y de la entrega del producto. Hemos desarrollado una estrategia la cual sugiere una venta personalizada a cada cliente para dar a conocer a fondo nuestro producto y todo nuestro servicio hacia ellos, además con nuestra publicidad que será por medio de redes sociales principalmente o por medio del brochure ya en la venta personal con el

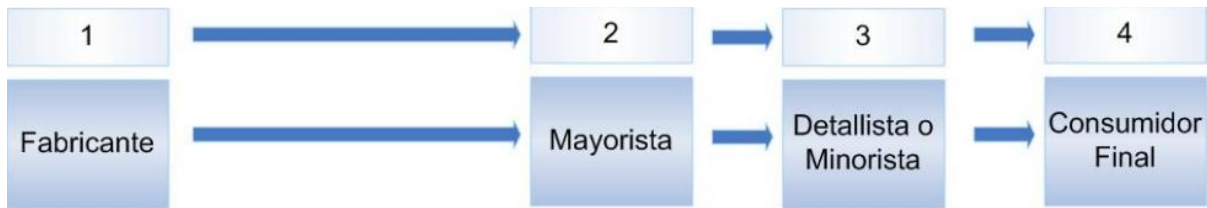
cliente y las promociones que les vamos a ofrecer buscamos complementar el marketing y darnos a conocer mayormente.

3.6.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

3.6.1.1. Vamos a manejar primeramente canal de distribución directa, la venta directa desde el fabricante, siendo nosotros los fabricantes ofreciendo un producto de alta calidad al consumidor final. Esto lo haremos desde nuestras sucursales abiertas en la ciudades, es decir, tiendas muy sutiles y pequeñas que logramos aperturar para una venta más personalizada y acogedora.



3.6.1.2. Canal de distribución distribuidor lo manejaremos con los clientes grandes, siendo ellos compradores mayorista de nuestro producto para distribuirlo hasta que llegue al consumidor final. Con este canal cómodos & canchosos busca que el producto se expanda abiertamente a todo el mercado y este sea reconocido por la marca y la publicidad que manejamos.



CAPITULO 4

4. PROYECCIÓN DE VENTAS

Comodos & canchosos desarrollo una proyección de ventas la cual va a calcular la cantidad de ingresos que la empresa espera obtener en un futuro, es una previsión de ventas. Buscamos determinar la salud de la empresa y si las tendencias de ventas de nuestro producto aumentarán o disminuirán.

4.1. PROYECCIÓN ANUAL

Para la proyeccion de ventas nos basamos en el metodo de minimos cuadrados, con el cual obtuvimos la proyección de ventas de los tres años siguientes a los dos años que tomamos de una empresa conocida ya legalmente constituida.

- Este método nos arrojó un crecimiento por unidades vendidas de un 0.15%
- Para los datos históricos nos basamos en los últimos dos años de la empresa Perros de Chucho la cual es comercializadora de camas para animales.

AÑO	UNIDADES VENDIDAS	AUMENTOS	INGRESOS
1	110	0	5,500,000
2	128	18	6,400,000
3	146	18	7,300,000
4	164	18	8,200,000
5	182	18	9,100,000

AÑO	UNIDADES VENDIDAS			
X	Y	X 2	Y 2	X*Y
1	110	1	12,100	110
2	128	4	16,384	256
3	238	5	28,484	366

FORMULA DEL METODO MINIMOS CUADRADOS				
B=	$\frac{2(366)-(3)(238)}{2(5)-(3)2}$		A=	$\frac{238-18(3)}{2}$
B=	$\frac{732-714}{10-9}$		A=	$\frac{238-54}{2}$
B=	$\frac{18}{1}$		A=	$\frac{184}{2}$
B=	18		A=	92

CON LO CUAL LA RECTA AJUSTADA POR EL MINIMO CUADRADO ES:

$Y = A + BX$			
$Y = 92 + 18$	$Y = 110$		

DETERMINACION DEL CRECIMIENTO

$C =$	$(18)(2)$	
	238	
$C =$	36	
	238	
$C =$	0.151260504	
$C =$	0.15 INCREMENTO	

PRONOSTICACION DE VENTAS PARA EL AÑO 3

$Y =$	$92 + 18(X)$	
$Y =$	$92 + 18(3)$	
$Y =$	$92 + 54$	
$Y =$	146	

PRONOSTICO DE VENTAS PARA EL AÑO 4

$Y =$	$92 + 18(4)$	
$Y =$	$92 + 72$	
$Y =$	164	

PRONOSTICO DE VENTAS PARA EL AÑO 5

$Y =$	$92 + 18(5)$	
$Y =$	$92 + 90$	
$Y =$	182	

CONCLUSIONES

Después de analizar Cómodos & Canchosos nos damos cuenta que es una empresa que fabricará, comercializará y distribuirá camas elaboradas especialmente para perros en materiales reciclables y con diseños principalmente enfocados en las barras del futbol mundial. Es una empresa que transmite comodidad, seguridad y confianza a todos sus clientes y futuros compradores.

Este proyecto está enfocado en un producto elaborado en neumáticos usados buscando el mejoramiento y la conserva del medio ambiente. Queremos satisfacer al cien por ciento las expectativas de todos nuestros clientes y de los consumidores futuros, desarrollando un elevado compromiso con el servicio oportuno demostrando la pulcritud de nuestras instalaciones, nuestro personal de trabajo y especialmente en nuestro producto.

Se elaboran estrategias para el desarrollo y crecimiento de la empresa, para que sea lider abarcando grandes mercados, tanto nacionales como internacionales, con un sistema administrativo eficiente y personal calificado para el desarrollo efectivo de la empresa .

BIBLIOGRAFÍA

- Luis Genaro Corrales Camacho (13 de Abril de 2015), “Proyección de Ventas” [Archivo de video], Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=cyaXR0sgtSE&t=312s>.
- Crece Negocios, “Conceptos y ejemplo de estrategias de Marketing” (14 de Julio de 2015), recuperado de <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>
- Luis de Rosal Serrano, “Plan de Marketing: Eleccion de estrategias de marketing” (s.f), recuperado de <https://mglobalmarketing.es/blog/plan-de-marketing-4-eleccion-de-las-estrategias-de-marketing/>
- Solo Contabilidad, “Metodos de Calculo para proyeccion de ventas” (s.f), recuperado de <http://www.solocontabilidad.com/2012/10/metodos-de-calculo-para-el-pronostico.html>.
- De gerencia.com, “Investigacion de mercado” (s.f), recuperado de http://www.degerencia.com/tema/investigacion_de_mercado
- Rafael Muñoz, “Proceso de investigacion de mercados” (s.f), recuperado de <http://www.marketing-xxi.com/proceso-de-la-investigacion-de-mercados-i-24.htm>
- Ivan Thmpson, “El proceso de la investigacion de mercado” (Junio de 2006), recuperado de <https://www.promonegocios.net/investigacion-mercados/proceso.html>
- Ricardo Soto Ramirez, “Como diseñar un cuestionario de investigacion de mercados” (01 de Diciembre de 2006), recuperado de <https://www.gestiopolis.com/como-disenar-un-cuestionario-de-investigacion-de-mercados/>
- Ramos Achanco sobre Creacion de Empresa, “Como hacer un estudio de mercado mediante una encuesta” (s.f), recuperado de <https://www.emprenderalia.com/como-hacer-una-encuesta-para-tu-estudio-de-mercado-si-eres-emprendedor/>
- Pascual Parada (9 de Enero de 2015), “PESTEL, herramienta de planeación estratégica para el estudio del entorno” [Archivo de video], recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=Q_HQInHfjuM