

PAUT'S AUDIO



PRACTICA PROFESIONAL

Proyecto: Proyecto de mercadeo, línea INFINITY para Paut's Audio

Ángel Adeldo Pérez Mora

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	4
JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	5
OBJETIVO GENERAL	6
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
MARCO CONTEXTUAL	7
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	7
RESULTADOS ESPERADOS	7
ESTRATEGIA METODOLÓGICA	8
MARCO TEORICO	8
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	9
DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA	9
1. Productos ofrecidos en materia de Audio para consumidores potenciales	9
Figura #1: Productos de la competencia	9
2. Como se observan los precios ofrecidos por la competencia, con respecto a los ofrecidos por Paut´s Audio	10
Figura #2: Precios ofrecidos por competencia	10
3. Sobre la cantidad de accesorios ofrecidos por la competencia con respecto a la nuestra	10
Figura #3: Accesorios por ofrecer	10
4. Sobre el inmueble en donde se ubican las empresas competidoras, ofrecen y garantizan a los consumidores calidad en el servicio	11
Figura #4: Infraestructura	11
5. Hacia los dueños o encargados, ustedes conocen o han escuchado sobre la línea INFINITY	12
Figura #5: Conocimiento de INFINITY	12
6. Si responde sí, ¿por qué no comercializa este producto en su empresa?	12
Figura #6: Razones de no distribución de INFINITY	12
DEFINICIÓN DEL MERCADO META Y CONSUMIDOR FINAL	14
CLIENTE FINAL DESAMPARADOS	14
Ilustración # 2: Población total del cantón de Desamparados	14
Ilustración # 3: Gráfico porcentual del sector de Desamparados	15
DEFINICIÓN DE NUESTROS CLIENTES POTENCIALES	16
1. ¿Qué distrito del cantón de Desamparados vive usted?	16
Figura #7: Distribución de clientes potenciales	16
2. Edad de clientes potenciales:	17
Figura #8: Edades	17
3. ¿Cómo conoce usted la existencia de Paut´s Audio?	18
Figura #8: Conocimiento de la empresa	18
4. Por su ubicación geográfica, ¿cómo califica sus instalaciones?	18
Figura #9: Instalaciones	18
5. ¿Cómo califica la atención y el servicio brindado por Paut´s Audio?	19
Figura #10: Atención y servicio	19
6. ¿Por variedad de producto, como califica a Paut´s Audio?	20
Figura #11: Variedad de productos	20
7. ¿Usted conoce o ha escuchado sobre la línea INFINITY y la calidad de la misma?	20
Figura #12: Conocimiento del producto	20
8. ¿Le agradaría conocer más sobre el producto y obtener la debida información? Y ¿Le gustaría probar esta nueva línea exclusiva por Paut´s Audio?	21

Figura #13: Información y aceptación del producto	21
PRECIO DEL PRODUCTO	22
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	23
DEFINICIÓN DEL PRODUCTO	23
Ilustración #3: Amplificador.....	23
Ilustración #4: Parlante pequeño (300 watts)	23
Ilustración #5: Parlante ovalado (450 a 500 watts)	24
ANÁLISIS DE LA PLAZA.....	24
Ilustración #6: Canales para la plaza.....	25
ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN.....	25
PUBLICIDAD.....	25
VENTA PERSONAL O PERSONALIZADA.....	26
PROMOCIÓN DE VENTAS	26
Ferias de autos, festivales de tuning, presentaciones en centros comerciales.....	26
Ilustración #7: Festival tuning, Cartago 2009	27
ANÁLISIS TECNICO	28
Inversión Inicial	28
Ilustración 8: Inversión Inicial para plan promocional.....	28
Proyección de ventas	29
Ilustración #9: Proyección de ventas anuales.....	29
Flujo de efectivo.....	29
Ilustración #10: Flujo de caja con orientación a cinco años	30
CONCLUSIONES.....	31
RECOMENDACIONES FINALES	32
BIBLIOGRAFÍA	33
ANEXOS.....	34
1. Encuesta sobre la competencia existente en Paut's Audio.....	34
2. Encuesta para definir calidad del servicio y clientes finales.....	35

INTRODUCCIÓN

En una época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios, como lo es en el cambiante mundo del marketing es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, es de vital importancia para asegurar el éxito de las empresas hacer uso de técnicas y herramientas, una de ellas es llevar a cabo un estudio de mercado, en conjunto con una serie de investigaciones como lo son, competencia, estudio de las cuatro P's , lugar de venta del producto, que tanta publicidad existe en el mercado, precios, etc.

Y claro está la importancia de un buen plan, pues de ahí se determina que tan factible o no es la incursión de un producto o servicio. En el siguiente trabajo se realizará una investigación de mercadeo para la empresa Paut's Audio, ubicada del antiguo Jorón, carretera a Desamparados cincuenta metros sur, frente a Casa del Azulejo para la introducción de la línea de Audio INFINITY, de manera que exista una opción para los consumidores amantes del audio y video que deseen obtener una línea de primera calidad y reconocida en los Estados Unidos.

Para realizar éste Plan de Marketing presentamos las fases de un estudio de mercado que abordaremos con amplitud apoyados de herramientas de mercado, es decir:

Estudio financiero: Este estudio tiene como fin principal medir la rentabilidad del proyecto y es de suma importancia, ya que puede ser posible que el proyecto sea técnicamente factible y posea un mercado al cual dirigirse, pero qué sentido tiene implementarlo si no va a generar utilidades.

Estudio mercadológico: Se efectúa con el objetivo de ver cuánto se puede llegar a vender el producto, y a su vez para definir la mejor manera de hacerlo llegar al cliente.

Evaluación del proyecto: Se efectuara un breve estudio para Paut's Audio para determinar si el proyecto de mercadeo para la línea INFINITY es factible, tomando en consideración la situación económica del país, tratando de que el mismo sea lo idóneo para los consumidores.

Esta incursión de esta línea tiene todo para un obtener un buen éxito, debido a que existe poco conocimiento en el mercado costarricense sobre esta línea, por lo que toma de relevancia este estudio que contará con todo lo necesario para explotar esta nueva incursión de Paut's Audio, tratando de innovar y dar lo mejor para sus clientes fijos y potenciales.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Es de vital importancia que las empresas de hoy día tengan las herramientas necesarias para una mejor promoción y distribución de sus productos. También es importante recalcar sobre la importancia de que haya utilidades a base del esfuerzo de un grupo de accionistas por traer algo innovador para los jóvenes y no tan jóvenes amantes del audio en sus vehículos.

Es de relevancia este proyecto debido a se podrá explotar los conocimientos adquiridos durante la carrera y medir las capacidades ante una situación en donde se debe determinar si se brinda una mayor promoción al producto y como establecerlo a nivel nacional, de manera que sea un producto sostenible y económicamente rentable para la empresa en donde laboro.

Este proyecto que inicia se basa en el fundamento de la empresa en brindar una opción más para los consumidores, otra línea muy distinta a otras marcas que conocemos y convertir a la empresa exclusiva de esta línea, pues esta línea es muy exclusiva. Vehículos como Jaguar tiene entre sus componentes esta línea que podemos declarar como de lujo.

Otra justificación para este proyecto es que con esta herramienta, se traerá nuevos clientes y ofrecer una línea exclusiva, adicionalmente ofrecer otros servicios como sistemas de seguridad, accesorios para su vehículo, venta de aros de lujo y próximamente la incursión de trabajos de enderezado y pintura, que cambiaría la forma en que vemos este tipo de empresas y como consecuencia una mayor afluencia de clientes y utilidades crecientes.

Y debido a que estamos en una situación en donde el costarricense cuida más su dinero, esperamos con este proyecto darle alternativas a nuestros clientes en donde los precios sean competitivos con respecto a nuestros competidores en el sector de Desamparados, de manera que seamos exclusivos pero al mismo tiempo se tenga una serie de precios accesibles a los consumidores para una mayor satisfacción.

Se espera con este estudio, obtener los objetivos planteados y poner a Paut's Audio como la empresa especializada, con personal capacitado y con experiencia en trabajos de audio y video, sistemas de seguridad y que sea reconocida como una de las mejores empresas de auto decoración en el país.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un sistema de mercadeo para la comercialización de la línea INFINITY en la zona de Desamparados. Definiendo claramente todos los elementos relacionados al producto, el precio, la plaza y la promoción llamadas las cuatro P's del mercadeo con la visión de generar un proyecto sostenible en el tiempo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Realizar una investigación del mercado en la zona de Desamparados, con el único fin de identificar la competencia, precio de mercado y la forma en que se puede vender la línea INFINITY.
- ❖ Identificar claramente el mercado meta y competencia por medio de una investigación realizada en la zona de desamparados.
- ❖ Definir el producto y generar una estructura de costos, que nos permita visualizar el costo de obtener el producto.
- ❖ Precisar la plaza que se va a utilizar y hacer llegar el producto al cliente final.
- ❖ Implementar un sistema de promoción que informe al cliente potencial sobre la naturaleza del producto y que nos permita posicionarlo rápidamente dentro del mercado meta.
- ❖ Realizar un análisis técnico, con el fin de saber que tan factible es la incursión del producto (INFINITY) y si es sostenible o no el producto.
- ❖ Realizar recomendaciones a Paut's Audio al final del proyecto, con el objetivo de moldear ciertos aspectos que se observen a fin de que exista una mayor vigilancia y movimientos dentro de la empresa.

Nota: la fecha de entrega del proyecto es el 21 de agosto de 2009, por lo que el tiempo restante está previsto para la solución de posibles problemas o contratiempos en el cumplimiento de alguno de los objetivos específicos.

MARCO CONTEXTUAL

Paut's Audio, ubicado del antiguo Jorón, carretera a Desamparados 50 mts. sur, frente a Casa del Azulejo ha dedicado desde su fundación en ofrecerle al cliente en general productos varios para su vehículo, entre los que podemos mencionar sistemas de audio y video, alarmas, accesorios, polarizados entre otros, siempre manteniendo una atención personalizada y buscando ante todo la satisfacción del cliente. Actualmente ya con un local amplio quieren colocarse como una de las mejores tiendas de auto decoración, manteniéndose actualizado con lo último en tecnología para su vehículo y una mayor variedad de productos.

Actualmente ellos están manejando marcas conocidas y están incursionando en la venta de aros de lujo, convirtiéndose no solo en una tienda de accesorios, sino en un local especializado en automóviles de lujo (mercado meta) y público en general que desee adquirir estos productos.

MISIÓN	VISIÓN
Brindar un servicio de alta calidad, con un valor agregado en el servicio técnico y especializado en audio y video, sistemas de seguridad para su vehículo, apoyados en lo último en líneas para su auto y una administración que garantiza total satisfacción.	Reconocimiento y aceptación en el mercado costarricense, como una mejor opción en trabajos de audio y seguridad, apoyados en una calidad organizativa idónea, otorgando total respaldo en nuestros trabajos.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Paut's Audio quiere entrar al mercado local con lo último en tecnología de Audio y de una excelente calidad internacional. Por consiguiente el proyecto que realizare consiste en realizar un plan de mercadeo la línea de Audio INFINITY, que tanto los clientes que ellos tienen como posibles, sepan de la existencia de la misma y de su alta calidad, procurando que esta tenga una aceptación del costarricense, en especial de la gente joven que son los principales clientes potenciales. Brindarles una herramienta para que puedan comercializar en producto u otros productos o servicios que quieran implementar en el corto plazo.

RESULTADOS ESPERADOS

Se espera conforme avance el proyecto ayudar a la empresa a comercializar el producto, a la vez que exista un aumento en la cantidad de pedidos de trabajo, no solo en Audio y Video, sino de otros servicios como colocación de sistemas de seguridad vehicular, accesorios, polarizados, entre otros. A la vez, para futuros servicios, ofrecerles las herramientas necesarias para una mejor comercialización.

ESTRATEGIA METODOLÓGICA

La estrategia metodológica se define como el punto de fusión entre el objetivo general y los específicos, por lo tanto la estrategia a seguir en este proyecto consistirá en realizar cada objetivo específico planteado anteriormente, de manera que seguimos un orden cronológico y un orden lineal para completar todo el proyecto para su respectiva finalización el próximo viernes 21 de agosto de 2009.

MARCO TEORICO

Para el desarrollo del proyecto de mercadeo para Paut's Audio se utilizará una planeación de mercadeo basada en la teoría de la mezcla de mercadeo entre otros conceptos de relevancia para la investigación, los cuales se suministran a continuación:

Mezcla de mercadeo: Es el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadeo producto, precio, plaza y promoción que la empresa combina para producir la respuesta esperada en el mercado meta (Kotler & Armstrong, 2003).

Producto: Se refiere a la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta (Kotler & Armstrong, 2003). En el caso de este proyecto corresponde a la línea INFINITY.

Precio: es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener el producto (Kotler & Armstrong, 2003).

Plaza: Incluye las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta (Kotler & Armstrong, 2003). Ejemplo: en periódicos, de boca en boca, entre otros.

Promoción: son actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo (Kotler & Armstrong, 2003).

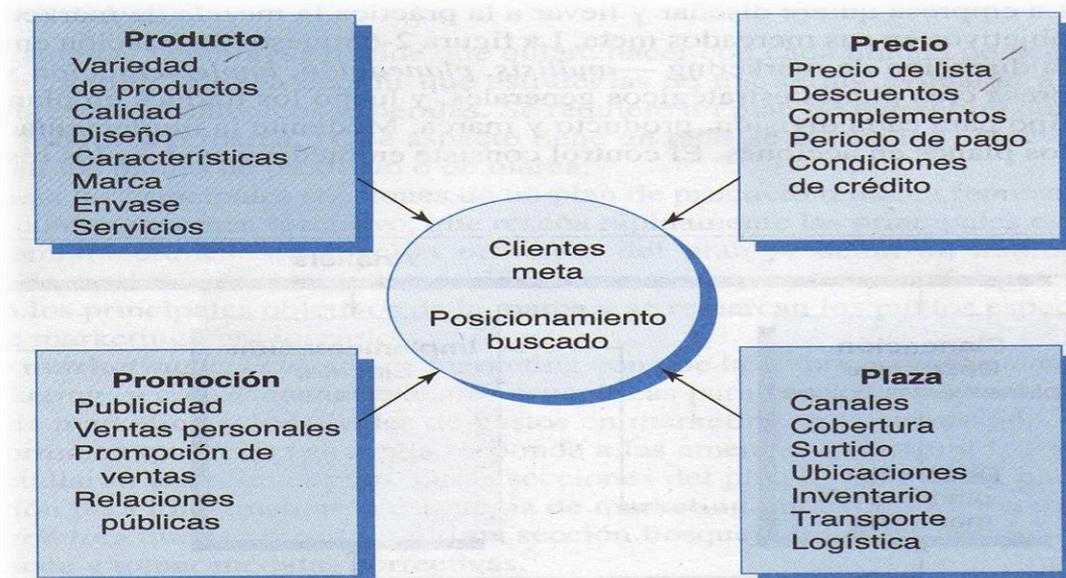


Ilustración # 1: mezcla de Mercado

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

A continuación se presenta la investigación realizada con el fin de conocer la factibilidad mercadológica que puede tener la incursión de la línea INFINITY, se desprende la importancia de realizar este estudio porque con base al resultado esperado podremos definir sin duda alguna el mercado meta a la cual este proyecto va dirigido. Al realizar este estudio podremos observar los precios en el mercado para así componer una estrategia de precios idónea para una mejor posición de este producto.

DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA

El número de competidores en el área del mercado donde se piense establecer, en relación con el mercado potencial, nos dará un indicador de la necesidad de una empresa del giro que usted quiere establecer en esa área. Por supuesto que, si las empresas existentes no están proporcionando servicios o productos adecuados, un nuevo competidor habrá de captar una parte sustancial del mercado. En este apartado analizaremos las competencias encontradas con el objetivo de conocer lo que ofrecen e identificar nuestros posibles competidores.

De ahí, que por medio de visita y reconocimiento de veintiocho empresas similares a PAUT'S AUDIO, el cual ofrecen productos y servicios. Por medio de una observación y ciertas preguntas, se llegaron a las siguientes conclusiones:

1. Productos ofrecidos en materia de Audio para consumidores potenciales

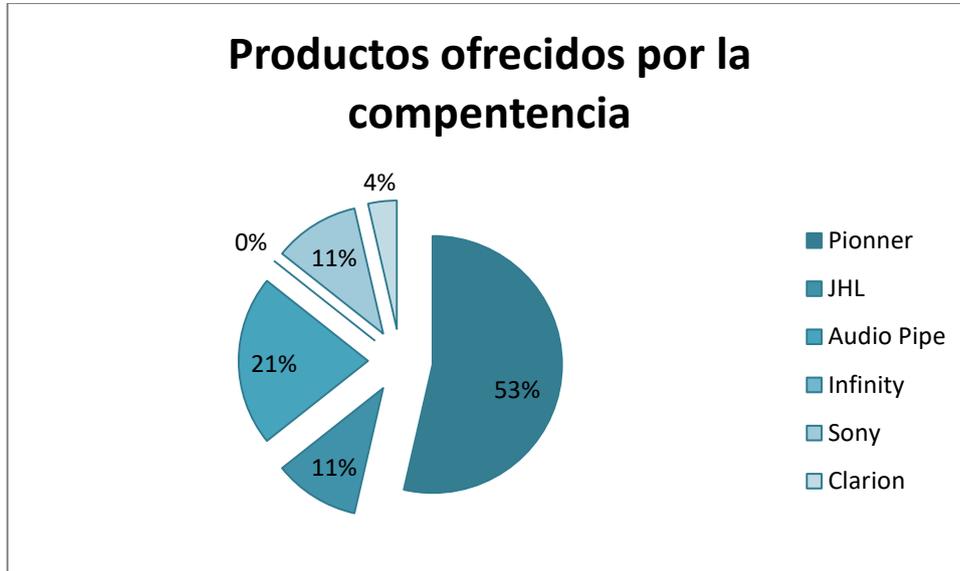


Figura #1: Productos de la competencia

Podemos observar que la mayoría de las empresas visitadas ofrecen Pionner, debido a que los clientes es lo que más piden, debido a que esta línea ofrece diversidad de accesorios y se ha vuelto una línea accesible hacia los clientes. Otro motivo por lo que las personas prefieren Pionner es debido a que esta marca se estableció muy bien, por medios publicitarios y un buen

mercadeo. Se podría afirmar que con una buena publicidad para nuestra línea, con el paso del tiempo tendría un grado de aceptación de los consumidores.

2. Como se observan los precios ofrecidos por la competencia, con respecto a los ofrecidos por Paut's Audio



Figura #2: Precios ofrecidos por competencia

Estos datos se tomo como base a una lista de precios dada por los dueños de Paut's Audio y se constató que existen un 32% de los encuestados en donde los productos que ofrecen son muy elevados, debido a que ciertas empresas se especializan en una u otra marca. Al mismo tiempo se observa que un 29% ofrecen precios muy similares a nuestra empresa, pues ellos venden variedad de productos y accesorios.

3. Sobre la cantidad de accesorios ofrecidos por la competencia con respecto a la nuestra



Figura #3: Accesorios por ofrecer

Acá observamos que existen cierta cantidad de las empresas en donde no manejan un inventario que satisfaga las necesidades de los clientes finales. Por ejemplo, en varias empresas no ofrecen el servicio de arreglo de sistemas de alarma, pero venden el producto. Es acá en donde Paut's Audio sale a dar diferencia, pues ellos al igual venden sistemas de alarma, ofrecen mantenimiento y arreglo de las mismas, pues tienen personal encargado en la reparación de los mismos.

4. Sobre el inmueble en donde se ubican las empresas competidoras, ofrecen y garantizan a los consumidores calidad en el servicio

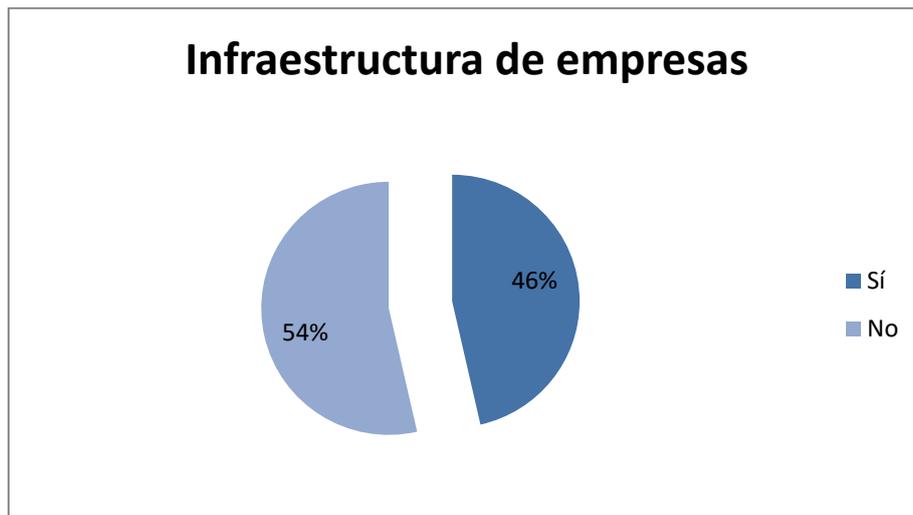


Figura #4: Infraestructura

Acá encontramos un gran diferencia, pues estas empresas o no tienen parqueo o el lugar en donde se establecieron es un pequeño y no reúne las condiciones idóneas para un buen trato personalizado. Es de vital importancia tener un buen espacio en donde se pueda laborar, ya que este podría tener una buena impresión hacia los clientes finales y que sean accesibles sus entradas, pues de nada sirve estar en un lugar en donde sea un buen punto pero con ciertas dificultades.

5. **Hacia los dueños o encargados, ustedes conocen o han escuchado sobre la línea INFINITY**

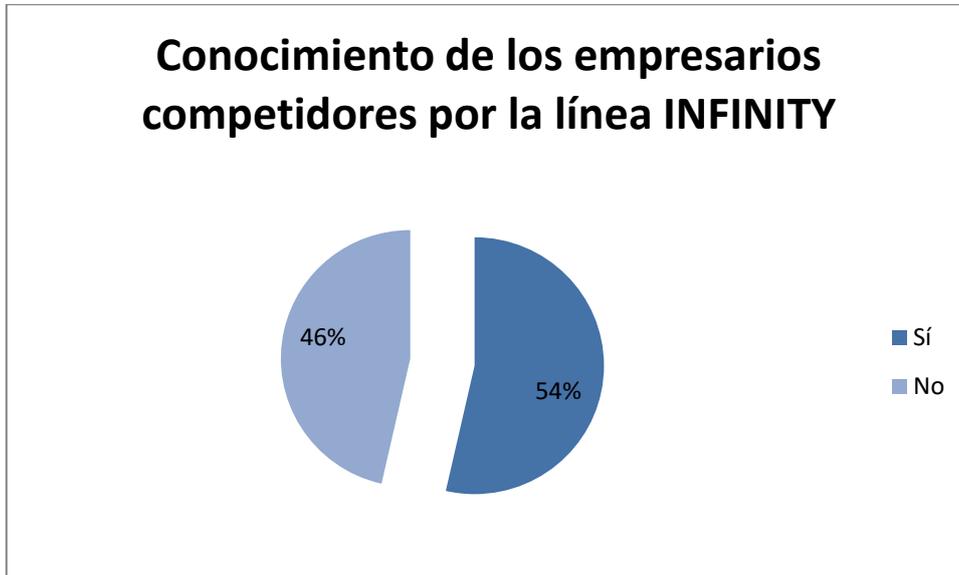


Figura #5: Conocimiento de INFINITY

Lo interesante de esta pregunta realizada a los encargados de las empresas radica en que casi la mitad conoce sobre la línea y la calidad de la misma, mientras que menos de la mitad desconocen sobre esta línea, hasta la han llegado a comparar sobre la línea de vehículos que también lleva el mismo nombre.

6. **Si responde sí, ¿por qué no comercializa este producto en su empresa?**

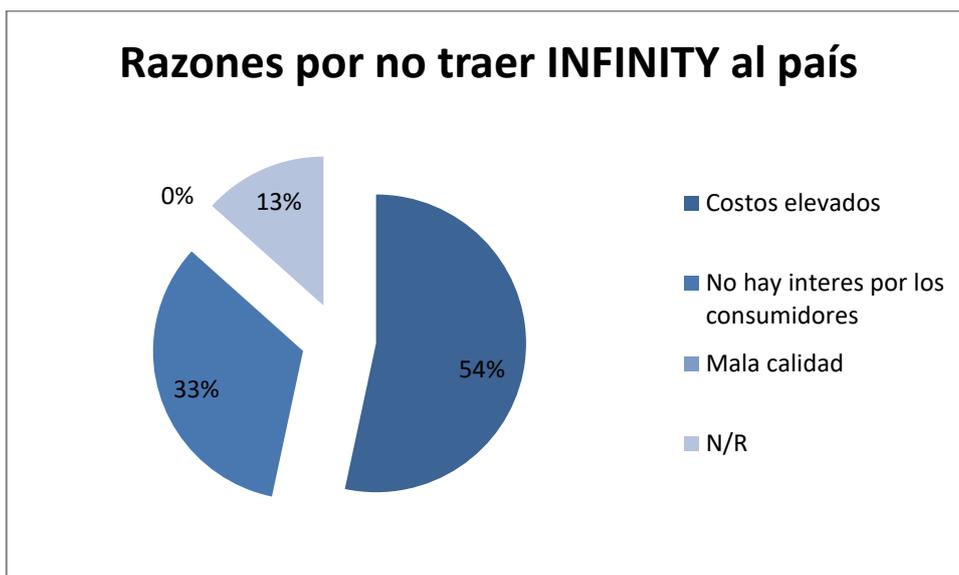


Figura #6: Razones de no distribución de INFINITY

Cómo se esperaba, los encargados entrevistados comentaron que no lo traen debido a que los precios de estos artículos son muy elevados, y que estos van dirigidos a clientes con un nivel económico medio – alto. También mencionaron que los clientes no preguntan sobre la marca, debido a que la mayoría ofrecen líneas de audio conocidas y muy bien mercadeadas.

Podemos concluir que Paut's Audio obtiene una gran ventaja, pues si aprovechamos lo que tenemos ahorita y ofrecer una promoción sobre la línea, esta sería aceptada. Claro, esto conlleva a un gran trabajo y esfuerzo por promocionar la línea. Más adelante daremos algunas opciones de cómo Paut's Audio podría implementar esta línea al país, convirtiéndose hasta el momento en la única empresa que trae esta marca al país y porque no, a un largo plazo, obtener la exclusividad de la casa matriz en distribuir sus productos en Costa Rica.

DEFINICIÓN DEL MERCADO META Y CONSUMIDOR FINAL

Kotler y Armstrong definen mercado meta como “un conjunto de compradores que tienen necesidades y características comunes a los que la empresa u organización decide servir.” Es decir, el mercado meta para Paut’s Audio podemos mencionarlo de la siguiente manera:

“Personas del área de Desamparados u localidades cercanas al cantón en adquirir la línea  para sus vehículos y de adquisición de accesorios”.

Para esta investigación es de suma importancia el conocer el cliente final, es decir la personas que van a adquirir el producto, pues si estos clientes finales son reducidos, el costo de oportunidad de que la línea INFIFITY sea vendida a lo máximo caería considerablemente. El cliente final para la incursión este producto es:

“Cualquier persona de cualquier edad y sexo, que tenga la capacidad económica para adquirir la línea o cualquier producto ofrecido por Paut’s Audio”

Para un mayor entendimiento de los clientes, se hizo la siguiente investigación documental al respecto.

CLIENTE FINAL DESAMPARADOS

Cantón de Desamparados	
Distritos	Total de población
Desamparados	36.437
San Miguel	28.336
San Juan de Dios	16.577
San Rafael Arriba	13.008
San Antonio	9.775
Frailles	3.504
Patarrá	28.451
San Cristóbal	3.360
Rosario	2.710
Damas	12.993
San Rafael Abajo	22.481
Gravilias	15.846
Total de población	193.478

Ilustración # 2: Población total del cantón de Desamparados

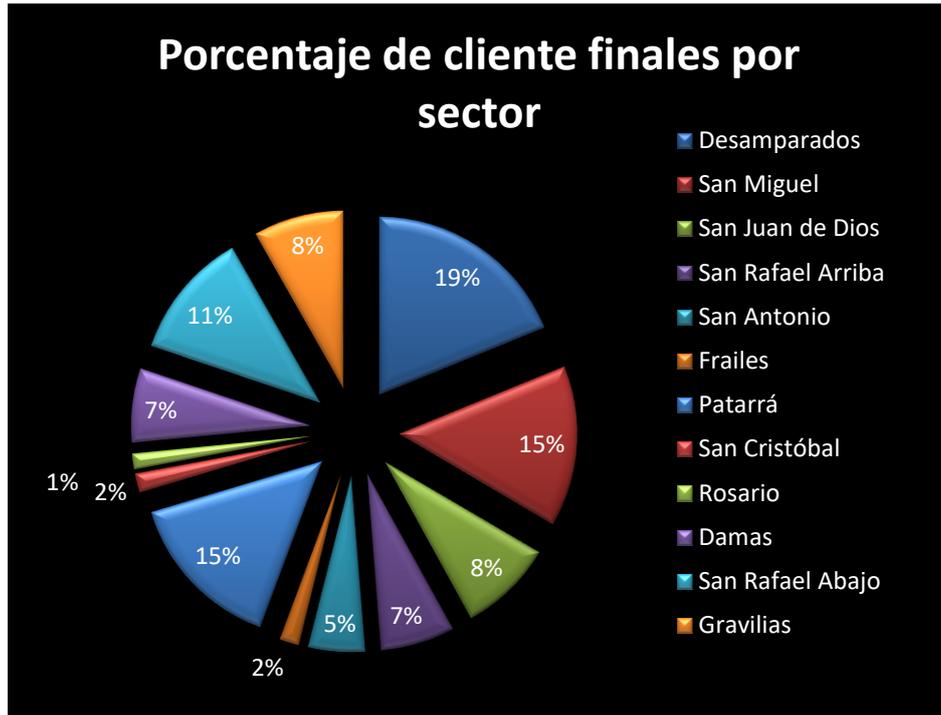


Ilustración # 3: Gráfico porcentual del sector de Desamparados

Podemos afirmar de dentro de la zona de desamparados donde geográficamente encontramos nuestro mercado meta, nuestros clientes finales son 193.478 habitantes, criterio tomado de las páginas del sitio web del Instituto Nacional de Estadística y Censos (I.N.E.C.).

DEFINICIÓN DE NUESTROS CLIENTES POTENCIALES

Según Iván Thompson en su artículo tipos de clientes (2006), define clientes potenciales como *“aquellas personas u organizaciones que no le realizan compras a la empresa pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro, debido a que tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar y que pueden ser considerados como la fuente de ingresos para el futuro”*.

Para Paut's Audio, se definirá los clientes mediante una encuesta, la cual se realizará con el objetivo de definir sobre la calidad del servicio, como saben sobre la existencia de esta empresa, la calidad del servicio y la incursión de la línea INFINITY.

La metodología que se siguió para esta investigación se hizo de la siguiente manera:

1. Presentación: “Soy un estudiante de ULACIT, y estoy realizando una encuesta para una empresa de auto decoración, definiendo calidad de trabajo y la incursión de una nueva línea de audio”.
2. ¿Le gustará participar de esta breve encuesta sin ningún compromiso?

Se tomo una muestra de 150 encuestados, realizado entre el 01de junio y el 05 de junio en curso y de las cuales se lanzaron los siguientes resultados:

1. ¿Qué distrito del cantón de Desamparados vive usted?

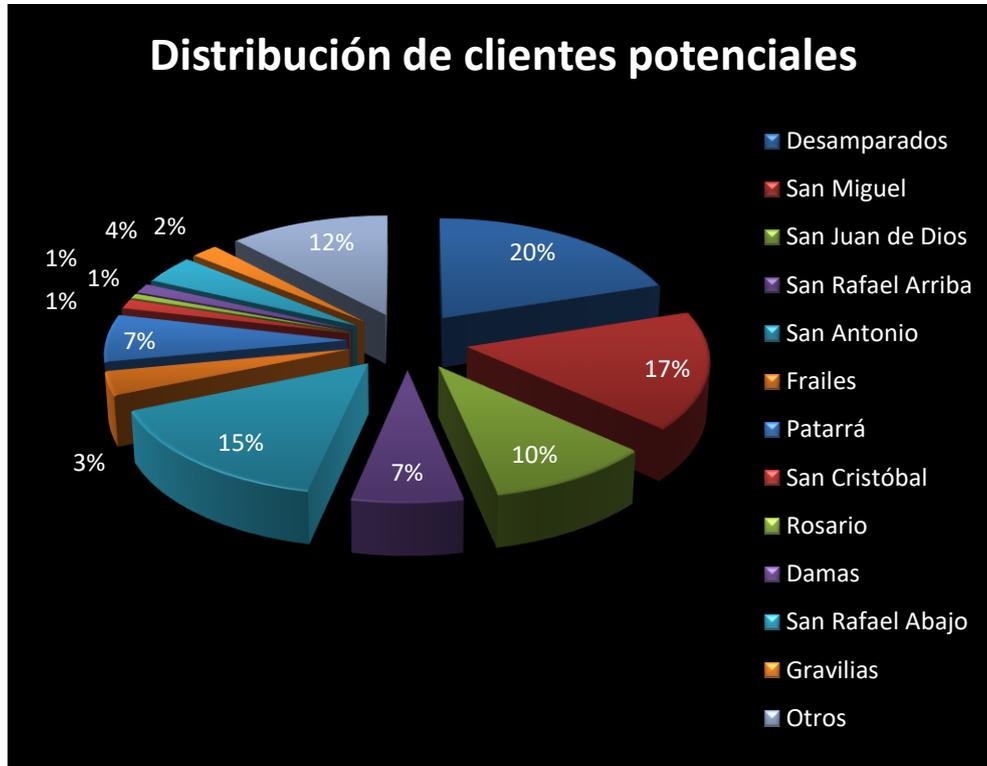


Figura #7: Distribución de clientes potenciales

Podemos observar que la mayor parte de los clientes posibles son procedentes del distrito central de Desamparados. Al mismo tiempo podemos observar un detalle que me llamó la atención, un 12% de los encuestados no son del cantón de Desamparados, debido a que me comentaron que conocen a los dueños y tienen cierta amistad con ellos. Se puede afirmar que existen un gran cantidad de clientes posibles, tanto dentro del cantón de Desamparados como cercanos al mismo.

2. Edad de clientes potenciales:

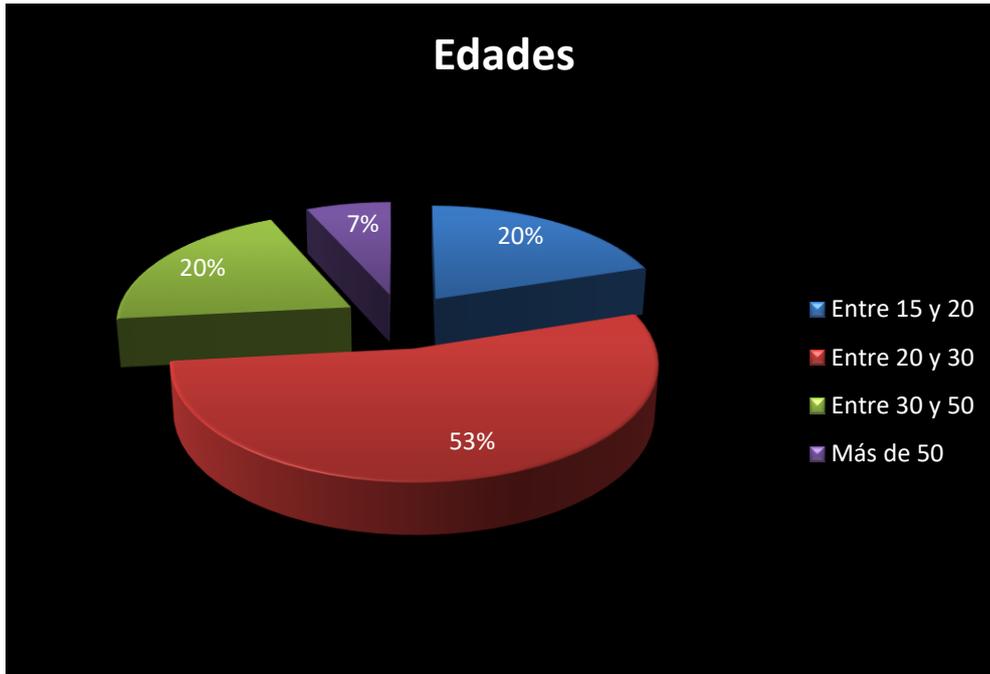


Figura #8: Edades

Acá se afirmó que los clientes potenciales de Paut's Audio son jóvenes adultos entre los 15 y 30 años de edad, por lo que concluimos que ellos son los principales clientes "fijos" para la empresa. Sorprende que personas mayores de 50 años pudieran ser clientes potenciales, esto debido a que terceras personas han recomendado muy bien el trabajo realizado por la empresa.

3. ¿Cómo conoce usted la existencia de Paut's Audio?



Figura #8: Conocimiento de la empresa

Básicamente los ingresos realizados por Paut's Audio son por medio de una serie de promociones que han tenido resultados positivos. Al igual ha hecho rebajas en artículos como sistemas de seguridad y audio. Y por medio de las recomendaciones "boca en boca" han sabido posicionar su servicio a la comunidad y han logrado obtener la simpatía de sus clientes fijos y de nuevos clientes.

4. Por su ubicación geográfica, ¿cómo califica sus instalaciones?

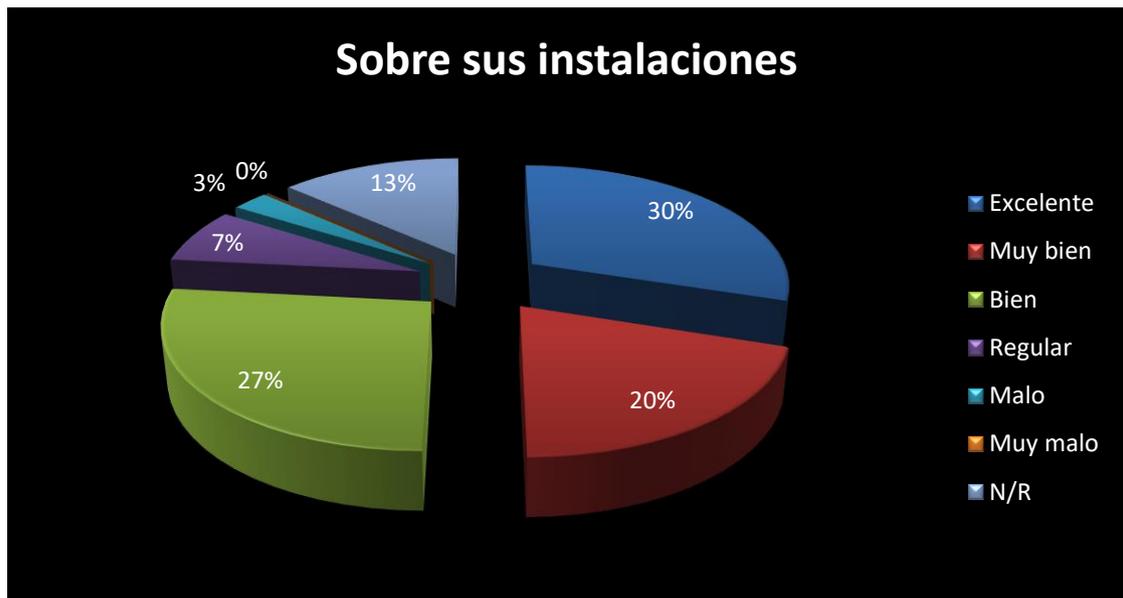


Figura #9: Instalaciones

Es claro que los encuestados han aceptado y aprueban las instalaciones de Paut's Audio, pues cuenta con un pequeño parqueo y espacio suficiente para realizar los servicios que los clientes necesiten, protegiendo tanto a cliente como empleado de los cambios de climas tan repentinos en nuestro país. Solo un pequeño porcentaje nos comentó que no eran buenas instalaciones debido a que han tenido que esperar un tiempo prolongado para ser atendidos.

5. ¿Cómo califica la atención y el servicio brindado por Paut's Audio?

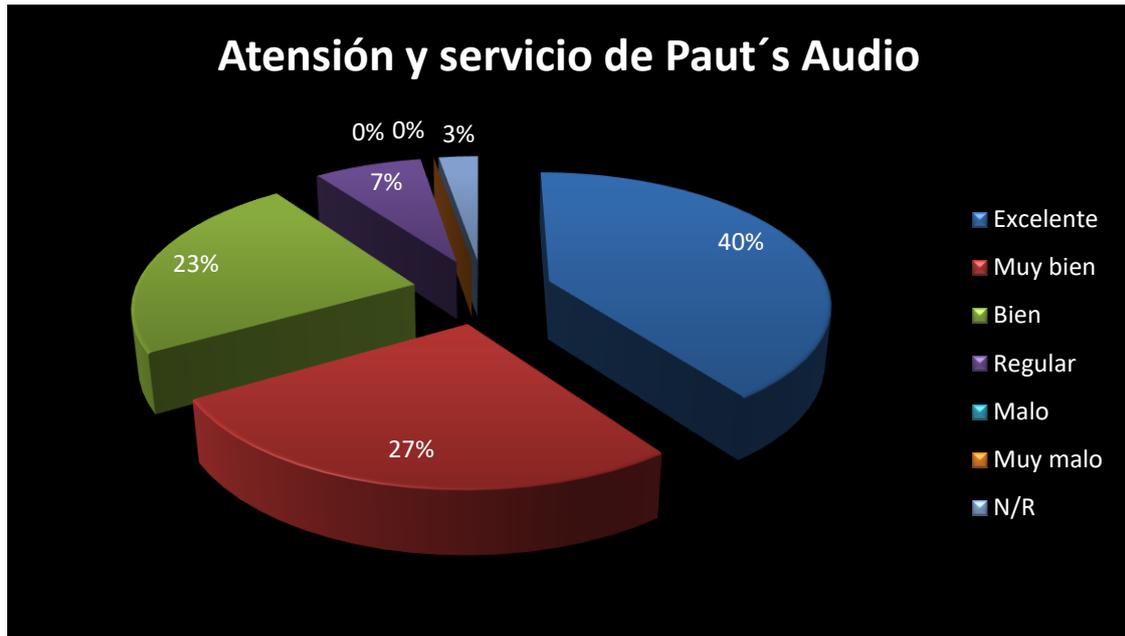


Figura #10: Atención y servicio

Podemos observar que los clientes se encuentran muy conformes con el servicio y atención personalizada que ofrece Paut's Audio. Personas me comentaban que les agrada el hecho que son bien atendidos, y que los productos que ofrecen son de muy buena calidad y que encuentran acá lo que ellos necesiten.

6. ¿Por variedad de producto, como califica a Paut's Audio?

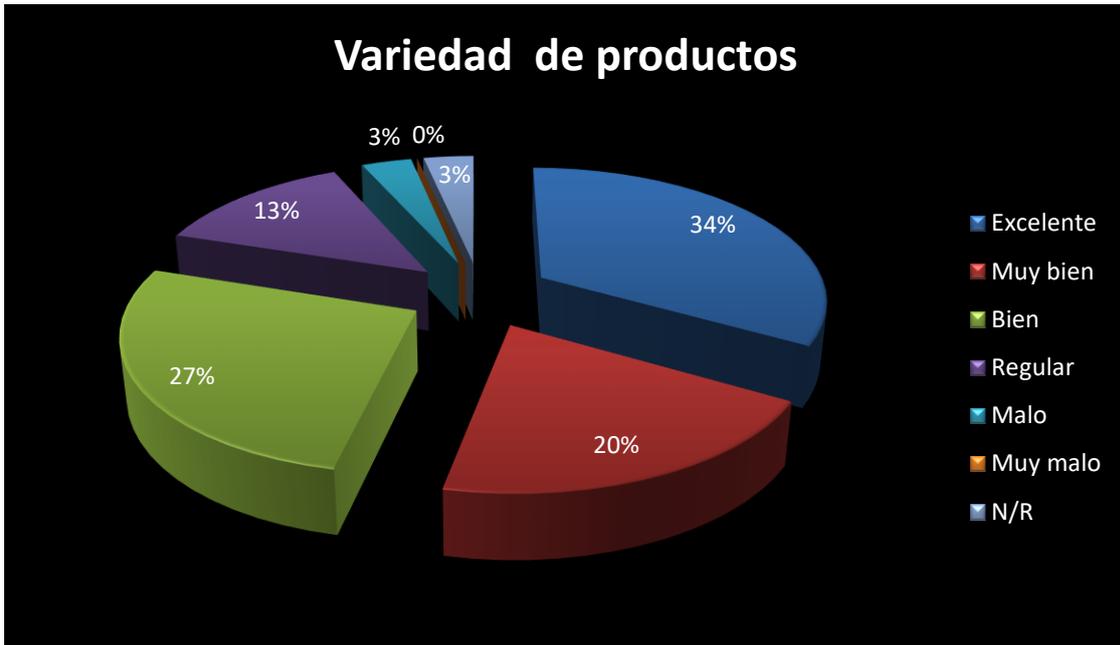


Figura #11: Variedad de productos

Acá se confirma la información de la tabla anterior, pues la variedad que ofrece Paut's Audio a sus clientes es buena. Actualmente están incursionando en la venta de aros de lujo y próximamente estará incursionando en el servicio de enderezado y pintura. Los consultados al saber sobre esto mostraron gran aceptación y esperan muy pronto la incursión de este servicio.

7. ¿Usted conoce o ha escuchado sobre la línea INFINITY y la calidad de la misma?

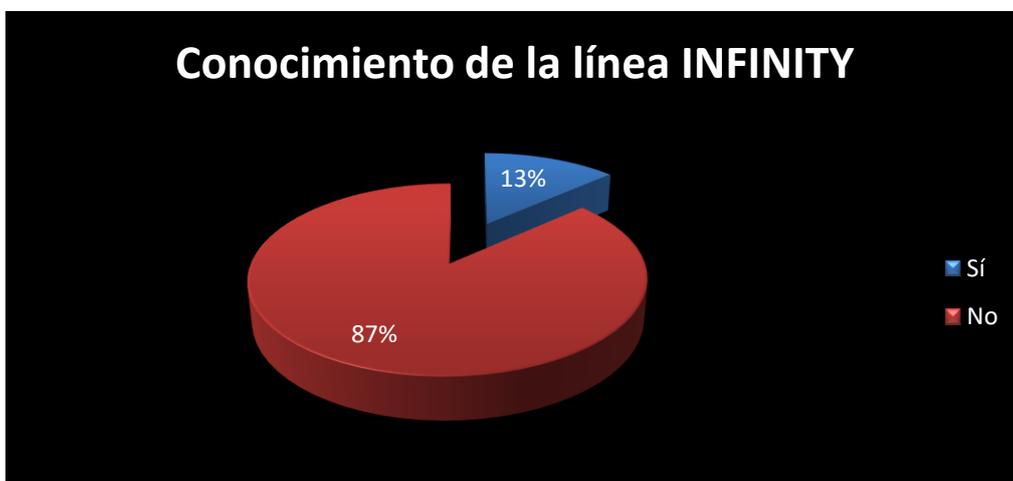


Figura #12: Conocimiento del producto

Claro está, que la incursión de una línea de audio en nuestro país produzca que el consumidor desconozca sobre esto. Solo un 13% de los encuestados saben de la existencia de la misma y se debe a que los clientes conocen a los dueños (son amigos) y por lo tanto conocen de todo lo que trae Paut's Audio, obteniendo una leve ventaja sobre los que desconocen esta línea.

8. ¿Le agradaría conocer más sobre el producto y obtener la debida información? Y ¿Le gustaría probar esta nueva línea exclusiva por Paut's Audio?



Figura #13: Información y aceptación del producto

Afortunadamente una cantidad considerable de los encuestados están dispuestos a obtener esta línea exclusiva por Paut's Audio, debido a que tienen la confianza por parte de los dueños en el sentido de que ellos traen lo mejor de lo mejor para sus clientes, garantizando cumplir con las necesidades de cada uno. Claro está que debemos brindar mucha información a nuestros clientes, tanto los conocidos o fijos como los nuevos o potenciales. Una buena propaganda combinándola con un buen orden administrativo podremos tener mayor cantidad de clientes potenciales y clientes más satisfechos.

PRECIO DEL PRODUCTO

Es de suma importancia el conocer el precio en el cual se quiere vender este producto, pues de ahí se verá una aceptación del mismo o que los clientes no adquieran el producto debido a lo elevado del mismo. La línea INFINITY la encontramos entre los 40,000.00 colones hasta los 180,000.00 colones, dependiendo de lo que el cliente pida.

Esta información fue obtenida de los jefes de Paut's Audio y debido a que ellos son los únicos en traer esta línea en el país y tiene la exclusividad, para la introducción del producto se sigue lo siguiente:

- a) Introducir el producto mediante promociones, en donde el cliente final tenga la posibilidad de obtener esta línea a un precio accesible y que cumpla con las expectativas del mismo.

- b) Tratar de no poner los productos muy elevados. Se sabe que esta línea es una de las mejores y reconocidas pero en Costa Rica muy poco se ha oído, por lo que es importante mantener una estructura en donde tanto la empresa como cliente final salgan gananciosos.

- c) Y si llegara en un futuro a existir un lugar en donde vendan esta línea y a un bajo costo, se recomienda dar una mayor publicidad al mismo y tratar de hacer una especie de "combos", de manera que exista un flujo de inventario y que este se venda a un precio apto para el consumidor.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

A continuación se realizara un breve estudio de factibilidad, con el objetivo de saber más sobre el producto, su forma de promocionarlo y el costo de su promoción.

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

El producto que se va a vender corresponde a la línea de audio INFINITY. Proveniente de los Estados Unidos esta línea se especializa en audio, tanto para vehículos como para hogares. INFINITY distribuye su línea de audio en casas automotrices como por ejemplo Jaguar, pues en sus autos tienen esta línea. Las siguientes ilustraciones muestran lo que Paut's Audio traerá para los clientes finales (nota: el producto ya está en el país, acá se busca una buena comercialización de esta línea):



Ilustración #3: Amplificador



Ilustración #4: Parlante pequeño (300 watts)



Ilustración #5: Parlante ovalado (450 a 500 watts)

ANÁLISIS DE LA PLAZA

Actualmente todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura). Es decir, cómo ponen a disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos. Por ello es de vital importancia conocer las formas en que se puede distribuir un producto, pues de ahí es el éxito o el fracaso de un plan ya establecido.

Para Paut's Audio el canal de distribución son ellos mismos, pues ellos son los que traen esta línea al país, por lo que esta empresa, hasta el momento es la primera en su distribución en nuestro país. Ya más concreto, el tipo de plaza que utilizará con frecuencia es la denominada venta directa, la cual es el método escogido de distribución para un servicio por elección o debido a la inseparabilidad del servicio y del proveedor. Cuando se selecciona la venta directa por elección, el vendedor lo hace así posiblemente para sacar ventajas de marketing como mantener un mejor control del servicio, obtener diferenciación perceptible del servicio o para mantener información directa de los clientes sobre sus necesidades.

También la podemos llamar venta directa o "face to face", cual es la comercialización de bienes de consumo y servicios directamente a los consumidores, mediante el contacto personal de un vendedor o vendedora independiente, generalmente en sus hogares, en el domicilio de otros, en su lugar de trabajo, fuera de un local comercial. En resumen la forma en que se puede distribuir este producto a los clientes finales es por medio de un flujo de canales presentado a continuación:

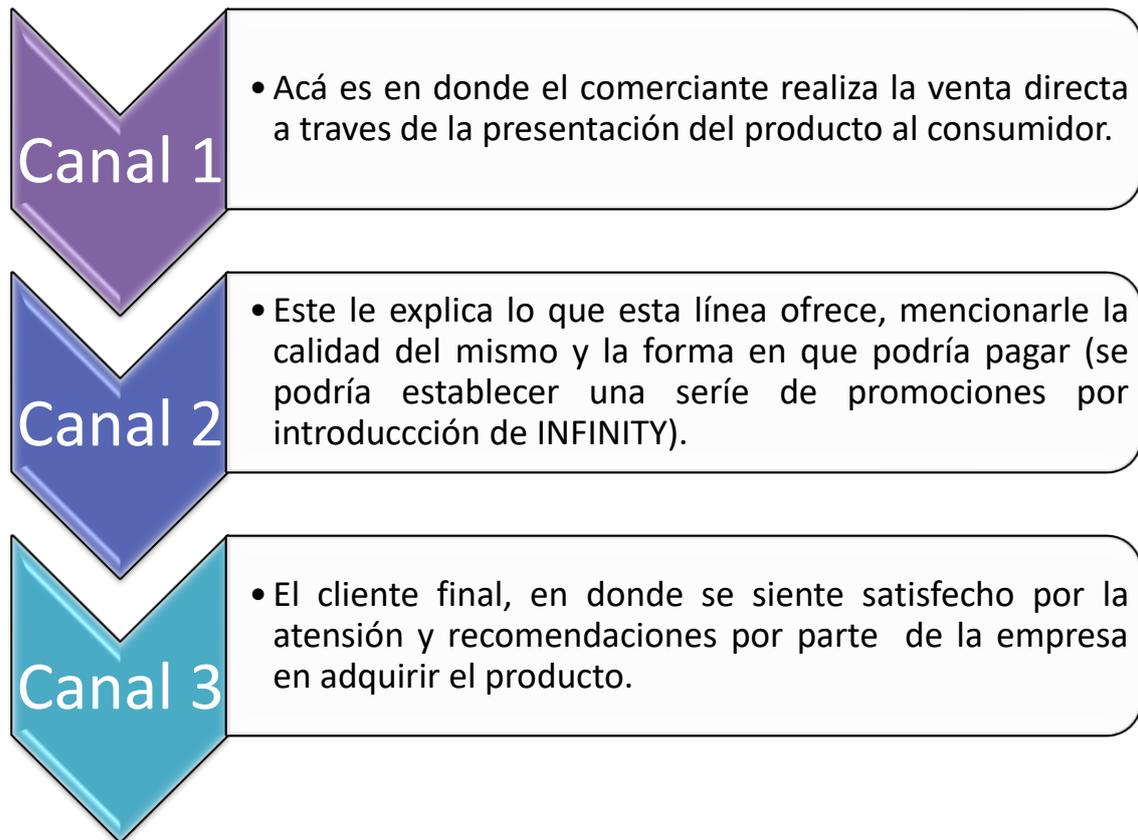


Ilustración #6: Canales para la plaza

ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN

Cuando nos encontramos con un producto en donde no se es conocido y se quiere dar a conocer es importante este apartado del proyecto, pues de acá se sacan todas las estrategias que seguidamente se recomienda para una promoción masiva de la línea INFINITY. La promoción puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas, no solo de la INFINITY, sino de cualquier producto o accesorio ofrecido por Paut's Audio. Estas formas son:

PUBLICIDAD

Definida como cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de servicios a través de un individuo u organización determinados. En este caso, la empresa ya citada necesita una campaña publicitaria en donde mencione lo que ofrece y mencionar que son ellos los que traen al país la línea INFINITY.

INFINITY es una marca que debe ser promocionada por sí sola y debe soportar todo el peso de la publicidad y la promoción, es decir, debe venderse la marca primero, luego el lugar donde la puede conseguir el cliente, con esto la marca se vuelve el caballito de batalla y es la atracción principal para el cliente, al tener la representación de la marca, la empresa se beneficia directamente sin necesidad de invertir en imagen propia, ya que esta es directamente proporcional a la imagen de INFINITY.

VENTA PERSONAL O PERSONALIZADA

Definida como la presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas. Un aporte importante de esta empresa hacia los consumidores es la atención personalizada ofrecida a cada cliente, inclusive el subgerente de la empresa se encarga también de vender productos y arreglos de productos que ellos comercializan. Y, ¿por qué este comportamiento de todo el personal hacia los clientes? Porque ellos siempre estarán buscando la satisfacción y llenar las expectativas que los clientes tienen de la empresa.

Al mismo tiempo, a ellos los caracteriza la agilidad, es decir en la rapidez de entregar un trabajo, pues pasan constantemente con mucho trabajo, ya sea para instalar un sistema de sonido, de video, en sistemas de alarma y reparación de las mismas.

PROMOCIÓN DE VENTAS

Actividades de marketing distintas a la publicidad y venta personal que estimulan las compras de los clientes y el uso y mejora de efectividad del distribuidor. Por medio de una buena promoción en medios de comunicación, accesos en sitios de internet son atractivos para una excelente distribución de la línea.

Ferias de autos, festivales de tuning, presentaciones en centros comerciales

Esta sección es una de las propuestas más interesantes e idóneas para la empresa en estudio, pues hoy en día existen variedad de actividades en donde casas matrices presentan sus vehículos al público. Uno ejemplo es la expo móvil, el cual reúne más de un millón de personas durante los días en que esta actividad estuvo. En este tipo de actividades es donde Paut's Audio tiene que aprovechar, pues por la cantidad de personas que llegan, las posibilidades de clientes nuevos son altas. Ahí dan a conocer la línea INFINITY, los productos que ofrecen y servicios.

Porque no podemos tomar en cuenta los festivales de tuning o "car show", debido a que la afluencia este tipo de evento de mayor. Lo recomendado Paut's Audio participe en estas actividades y que coloquen un toldo patrocinado por ellos y muestren sus productos, y en especial que hagan una demostración de la línea INFINITY, brindando acá persona información sobre el producto y establecer precios accesibles a los clientes potenciales. En la siguiente ilustración se ejemplifica la forma en que Paut's Audio puede incursionar en esta rama y obtener una excelente mercadotecnia con estas actividades.



Ilustración #7: Festival tuning, Cartago 2009

Podemos tomar en cuenta también en que la empresa obtenga su propia página en la web, debido a que hoy en día en nuestro país toma con mucha fuerza las ventas y consultas en línea. Paut's Audio podría incursionar en este campo, siempre y cuando existe la posibilidad económica para realizarlo, al igual que exista una persona encargada de actualizar la página, de manera que esta sea muy atractiva para los consumidores y clientes potenciales.

Finalmente, es importante saber sobre los posibles métodos que tenemos hoy día para una mejor comercialización del producto, es de vital importancia el conocer a fondo sobre lo que la gente quiere ver, pues de ahí es el éxito o el fracaso de un planeamiento ya estipulado. Debido a que esta empresa se encuentra en crecimiento, es de vital importancia explotar todo recurso que tenga, por lo que se espera una mejor calidad en el servicio, atención y un buen inventario para garantizar ventas y satisfacción al cliente.

ANÁLISIS TECNICO

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que podremos vender. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En este último apartado se dará todos los costos de operación para la implementación del plan de mercadeo para Paut's Audio.

Inversión Inicial

A la hora de iniciar todo proyecto debemos de tener en cuenta la inversión que tiene que dar los accionistas para el inicio de un proyecto ya establecido. Para interés de nuestra empresa y de nuestra investigación, la inversión inicial que tiene que realizar Paut's Audio para este proyecto se ofrece a continuación.

Página web	₡708.000,00
Diseños publicitarios	₡73.750,00
Rotulos	₡590.000,00
Capital de trabajo	₡1.339.200,00
Total inversión	₡2.710.950,00

Ilustración 8: Inversión Inicial para plan promocional

Podemos observar que el monto total de la inversión es mas de los dos millones y medio de colones, tomando en consideración la creación de una página web, los diseños publicitarios que son de vital importancia para un buen mercadeo del producto, y el capital de trabajo que consistiría en que una persona entregue a los consumidores información importante sobre los productos que esta empresa ofrece, poniendo en atención a INFINITY.

Proyección de ventas

Para una proyección de ventas, debemos de tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Las inversiones que se realicen deben de ser plenamente compatibles con la estrategia y el ambiente de negocios.
- Las proyecciones de Ingresos y Costos, deben de ser acordes a la estrategia y al posicionamiento de la empresa en su sector.

A continuación ofrecemos la proyección de ventas de los productos INFINITY que Paut's Audio traerá para la comercialización

Productos	Precio	Cantidad de ventas mensuales	Monto x ventas mensuales	Ventas anuales
Parlantes pequeños (300 watts)	₪40.000,00	8	₪320.000,00	₪3.840.000,00
Parlantes grandes (450 a 500 watts)	₪65.000,00	10	₪650.000,00	₪7.800.000,00
Planta (500 a 600 watts)	₪75.000,00	5	₪375.000,00	₪4.500.000,00
			Total de ventas anuales	₪16.140.000,00

Ilustración #9: Proyección de ventas anuales

Flujo de efectivo

Para la elaboración de este flujo de efectivo se tomaron en cuenta los siguientes supuestos, de acuerdo a la realidad nacional:

- Los ingresos crecen al 10%.
- Los costos referentes al mantenimiento de la página web aumentan al 15%.
- El costo del producto crece a un 8%.
- Los rótulos se deprecian cada año.

Seguidamente se muestran los flujos de efectivo proyectados para el proyecto con un horizonte de cinco años:

Flujo de efectivo para Paut's Audio						
Año	0	1	2	3	4	5
Ingresos		₱16.140.000,00	₱17.754.000,00	₱19.529.400,00	₱21.482.340,00	₱23.630.574,00
(-) Costos de mantenimiento de pagina web		₱354.000,00	₱407.100,00	₱468.165,00	₱538.389,75	₱619.148,21
(-) Costos de depreciación		₱118.000,00	₱118.000,00	₱118.000,00	₱118.000,00	₱118.000,00
(-) Costo del producto		₱9.120.000,00	₱9.849.600,00	₱10.637.568,00	₱11.488.573,44	₱12.407.659,32
(=) Utilidad antes de Impuestos (U.A.I.)		₱6.548.000,00	₱7.379.300,00	₱8.305.667,00	₱9.337.376,81	₱10.485.766,47
(-) Impuestos 30%		₱1.964.400,00	₱2.213.790,00	₱2.491.700,10	₱2.801.213,04	₱3.145.729,94
(=) Utilidad neta		₱4.583.600,00	₱5.165.510,00	₱5.813.966,90	₱6.536.163,77	₱7.340.036,53
(+) Depreciación		₱118.000,00	₱118.000,00	₱118.000,00	₱118.000,00	₱118.000,00
(+) Capital de Trabajo		₱1.339.200,00				
Flujo de efectivo neto		₱2.710.950,00	₱4.701.600,00	₱5.283.510,00	₱5.931.966,90	₱6.654.163,77
Factor de descuento	20%	1,20	1,44	1,73	2,07	2,49
Flujo de efectivo descontado		₱2.710.950,00	₱3.918.000,00	₱3.669.104,17	₱3.432.851,22	₱3.208.991,01
Valor Actual Neto		₱14.515.214,01				
Tasa interna de retorno		1,37				

Ilustración #10: Flujo de caja con orientación a cinco años

CONCLUSIONES

En base a la investigación realizada es posible afirmar lo siguiente:

Al definir de manera clara y concisa el mercado meta, competencia y consumidor final fue posible identificar un mercado atractivo en la zona de desamparados y cercanías del mismo. Con ello, podemos afirmar que el sector en donde se ubica esta empresa es el idóneo, pues reúne todas las condiciones necesarias para atraer mayor cantidad de clientes finales y para expansión del mismo. En comparación con la competencia observada y analizada se concluye que el producto tiene todo para ser aceptado, debido a que existe interés de los clientes potenciales en adquirir este producto.

Y en cuanto a su ejecución es rentable, debido a que los estudios financieros realizados con los supuestos nos muestran total rentabilidad, pues nuestra TIR es un 1,37%, por lo que el proyecto mencionado es factible. Una buena inversión como la establecida puede hacer que esta empresa siga en el camino del crecimiento, pues próximamente ellos estarán incursionando en el servicio de enderezado y pintura, por lo que la atracción de mayores aumentará aproximadamente un 60%.

Como conclusión final se recomienda la implementación del proyecto a Paut's Audio ya que en base a las expectativas que se tiene es buena, pues los estudios realizados muestran que INFINITY pueda tener éxito.

RECOMENDACIONES FINALES

Con base a observaciones realizadas durante el proceso de esta investigación, se consideran una serie de recomendaciones, no con el hecho de hacer crítica a lo que se hace o no en la empresa, sino de que exista una calidad idónea para los clientes potenciales. A continuación, ofrezco las siguientes recomendaciones para el mejoramiento administrativo y general de la empresa:

- Debe de existir un orden administrativo, un orden de puestos, debido a que todos hacen de todo y no hay un orden de jerarquía. Se debe de realizar un organigrama en el cual se dividan funciones.
- Se deben implementar medidas de seguridad. Debido una situación en la cual se puso en riesgo los empleados, por lo que la administración y los socios deben de establecer medidas de seguridad básicas, como por ejemplo cámaras de seguridad y convenios con una empresa de seguridad privada: (Actualmente ya está en funcionamiento cámaras de vigilancia, el cual la está monitoreando el subgerente).
- El subgerente, que a la vez es el administrador debe de estar en la empresa, pues sus empleados toman decisiones sin consulta previa hacia él. Deben de saber que él es la persona encargada de tomar ciertas decisiones, como por ejemplo que tanto descuesto se puede realiza.
- Se le recomienda un plan de imagen, en el cual ayudaría con la promoción y mayor reconocimiento del lugar. (Esto sería a través de una nueva imagen de la empresa, colocación de rótulos luminosos, cambio del logo de la empresa por uno acorde a la actualidad y llamativo, entre otros. El costo por todo este plan ronda aproximadamente \$1200 exactos).

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2006). Evaluación de proyectos. México D.F.: McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). INEC Costa Rica. Recuperado el 26 de mayo de 2009 de la página: <http://www.inec.go.cr/descargarArchivo.asp?path=D:\inetpub\wwwroot\05Censos\01CensoDePoblacion\cuadrosDelCenso\01Demograficas/cuadros/C01.%20Poblaci%F3n%20total%20por%20zona%20y%20sexo,%20seg%FAn%20provincia,%20%20cant%F3n%20y%20distrito&nomArchivo=C01.%2>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). Fundamentos de Marketing. México: Pearson Educación.
- <http://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html>. Recuperado el 01 de junio de 2009.
- <http://www.infinitysystems.com/car/default.aspx> Recuperado el 25 de junio de 2009.
- <http://ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id11.html> Recuperado el 15 de julio de 2009.

ANEXOS

1. Encuesta sobre la competencia existente en Paut's Audio

18

Encuesta #2: Sobre la competencia sobre Paut's Audio

1. Productos ofrecidos en materia de Audio para consumidores potenciales:

Pioneer () JHL () INFINITY

() Audio Pipe () Sony () Otros

2. Como se observan los precios ofrecidos por la competencia, con respecto a los ofrecidos por Paut's Audio:

() Accesibles
() Elevados
 Competitivos
() Muy elevados

3. Sobre la cantidad de accesorios ofrecidos por la competencia con respecto a la nuestra:

() Excelente () Muy bien Bien () Regular () Malo
() Muy malo () N/R

4. Sobre el inmueble en donde se ubican las empresas competidoras, ofrecen y garantizan a los consumidores calidad en el servicio:

() Sí
 No

5. Hacia los dueños o encargados, ustedes conocen o han escuchado sobre la línea INFINITY:

Sí
() No

6. Si responde sí, ¿por qué no comercializa este producto en su empresa?

Costos elevados
() No hay interés por los consumidores
() Mala calidad
() N/R

2. Encuesta para definir calidad del servicio y clientes finales

(120)

Encuesta sobre calidad de servicio en Paut's Audio

1. ¿Qué distrito del cantón de Desamparados vive usted?:

Desamparados San Miguel San Juan de Dios San Rafael Arriba

San Antonio Frailes Patarra San Cristóbal

Rosario Damas San Rafael Abajo Otros

2. Edad:

Entre 15 y 20

Entre 20 y 30

Más de 50

3. ¿Cómo conoce usted la existencia de Paut's Audio?

Promociones

Revistas y otros medios

En boca en boca

Por medio de un amigo

4. Por su ubicación geográfica, ¿cómo califica sus instalaciones?

Excelente Muy bien Bien Regular Malo

Muy malo N/R

5. ¿Cómo califica la atención y el servicio brindado por Paut's Audio?

Excelente Muy bien Bien Regular Malo

Muy malo N/R

6. ¿Por variedad de producto, como califica a Paut's Audio?

Excelente Muy bien Bien Regular Malo

Muy malo N/R

7. ¿Usted conoce o ha escuchado sobre la línea INFINITY y la calidad de la misma?

Sí

No

8. ¿Le agradecería conocer más sobre el producto y obtener la debida información? Y ¿Le gustaría probar esta nueva línea exclusiva por Paut's Audio?

Sí

No