

2017
2018



PROYECTO TERMINAL

ESTUDIO DE MERCADO INTERNACIONAL PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO KARPASTADO EN NUEVOS
MERCADOS, CON UNA PROPUESTA DE INNOVACIÓN Y DIFUSIÓN
DEL PROYECTO EN EL MERCADO NACIONAL Y FRANCÉS

YOALLI LAMARRE BARBERO
LISENCIATURA EN MERCADOTECNIA INTERNACIONAL | Matricula: ES1421001839

Proyecto Terminal

Proyecto de investigación

Título

**ESTUDIO DE MERCADO INTERNACIONAL PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO KARPASTADO EN
NUEVOS MERCADOS, CON UNA PROPUESTA DE
INNOVACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EN EL
MERCADO NACIONAL Y FRANCÉS**

ALUMNA

YOALLI LAMARRE BARBERO

DOCENTE

FRANCISCA CAMPOS RODRIGUEZ

ASESOR EXTERNO

MARÍA ARCEIA BARBERO GÓMEZ

Institución

UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA DE MÉXICO

2017-2018

Índice PT1

1. Antecedentes
2. Línea de investigación
3. Justificación
4. Planteamiento del problema
5. Preguntas de investigación
6. Objetivos de investigación
7. Marco teórico
8. Metodología
9. Tabulación de los resultados de las encuestas
10. Cronograma de actividades
11. Fuentes de consulta

1. Antecedentes



Inició en 1992, los espejos de Arcelia Barbero son originales, antes que todo, por ser diferentes. Dentro del espectro de la artesanía mexicana, muy pocos se apartan de una corriente comercial esclerosada en la reproducción o la vil copia de artículos que perdieron su alma en el mercantilismo. Arcelia Barbero, sin duda, es una creadora con arte mexicano genuino.

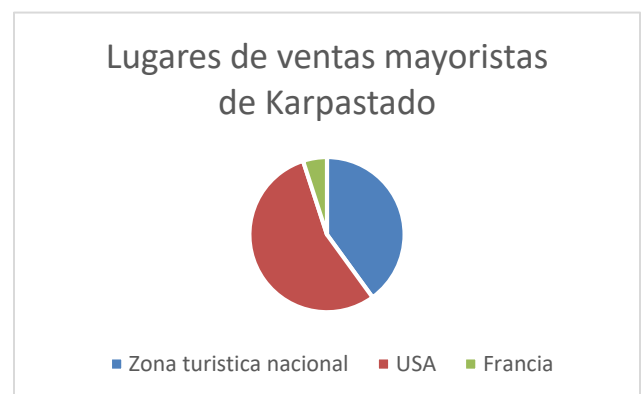
Pero, la originalidad de sus obras reside también en su técnica única y en su constante búsqueda de nuevos modelos, tanto en una interpretación muy personal de su herencia prehispánica, como en una inspiración moderna altamente decorativa.

Por último, Arcelia Barbero diseña, ensambla y pinta cada espejo. Por lo tanto, cada una de sus piezas merece la firma del artista como sello de original.

La técnica del Karpastado (cartón + pasta) fue así bautizada cuando los marcos de los espejos de Arcelia Barbero eran de cartón con bordes y relieves hechos de una pasta inventada por la artista. Hoy, el material de base es un nuevo tipo de madera compactada, no tan diferente del cartón inicial pero más resistente, sobre la cual la misma pasta sigue formando serpientes y lagartijas. El nombre de Karpastado quedó, como ingrediente más de una originalidad indiscutible.

El producto Karpastado, por su originalidad y autenticidad, ha logrado tener presencia en el mercado nacional e internacional, aun siendo una micro empresa, ha tenido ventas grandes destinadas a lugares reconocidos tales como:

Lugar	Concepto de venta	Proporción de ventas de Karpastado
Zonas turísticas de México	<ul style="list-style-type: none"> Decoración de hoteles. Venta en tiendas turísticas 	40%
Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> E-commerce Disney Orlando Tiendas de artesanía 	55%
España	<ul style="list-style-type: none"> Tienda departamental: El Corte Inglés 	5%



Productos más comercializados por Karpastado

Producto	Foto	Precio
Espejos		<p>El precio varía según el tamaño y la dificultad de elaboración del diseño.</p> <p>Los precios van de \$100.00 a \$15,000.00</p>
Joyereros		<p>Existen varios modelos y diseños de joyeros Karpastado, cada uno de diferentes tamaños.</p> <p>Los precios varían de: \$75.00 a \$2,800.00</p>
Llaveros		<p>El precio de los llaveros es de Ch: \$60.00 G: \$90.00</p>
Mesas		<p>Base : \$2000.00 Patatas: \$1000.00</p>

Además de los puntos de ventas mayoristas de Karpastado, hay una gran afluencia de particulares, que compran el producto de manera directa, que hacen pedidos especiales y aprecian las piezas creativas de Arcelia Barbero.

Arcelia Barbero Gómez, ha sido invitada a ferias de artesanía internacionales, dónde asisten artesanos importantes de México:

<p>ENART EXPO ENART® TLAQUEPAQUE</p> 	<p>Guadalajara</p>	
<p>Feria de maestros del Arte</p>  <p>Feria Maestros del Arte</p>	<p>Chapala</p>	 <p><small>Arcelia empezó a trabajar en lo que ella llama karpastado en 1996, recogiendo espejos rotos y abandonados y transformándolos. Ella sólo completa todo el proceso - corta la madera, respalda la forma del marco, y luego utiliza una técnica artesanal para unirle, hecha de cartón y pasta de papel maché - una técnica llamada karpastado.</small></p> <p><small>Ella ofrece una gran variedad de formas, tamaños, colores y diseños que generan miles de combinaciones posibles para todos los gustos - desde el clásico al moderno. Los espejos de Arcelia Barbero son muy diversos. Tienen los acabados más ricos, muy pocos en detalles y se encargan a seguir la representación conceptual de los mismos artículos que pueden ser "abstr", como Arcelia.</small></p> <p><small>La historia del karpastado nació de un momento en que los marcos de espejos de Arcelia eran hechos de cartón, con los bordes y algunas decoraciones hechas de una pasta especial, llamada por ella. Hoy en día, la mayoría está hecha de una madera compacta, no muy diferente a la original, pero mucho más resistente. Sigue utilizando la pasta karpastado para añadir detalles tales como respaldos y ligeros.</small></p>
<p>Intergift</p> 	<p>España</p>	
<p>Fiesta Latina (Western New Mexico University)</p> 	<p>Estados Unidos</p>	 <p>ARCELIA BARBEDO Jewelry and handmade accessories</p>
<p>Feria de la Unión Europea Estrasburgo</p> 	<p>Francia</p>	

Karpastado, es una empresa con mucho potencial, que necesita desarrollar su mercado meta, para poder aumentar la demanda y así poder crecer como empresa: contratando empleados, estableciendo un taller más grande, tener “stock” de mercancías.

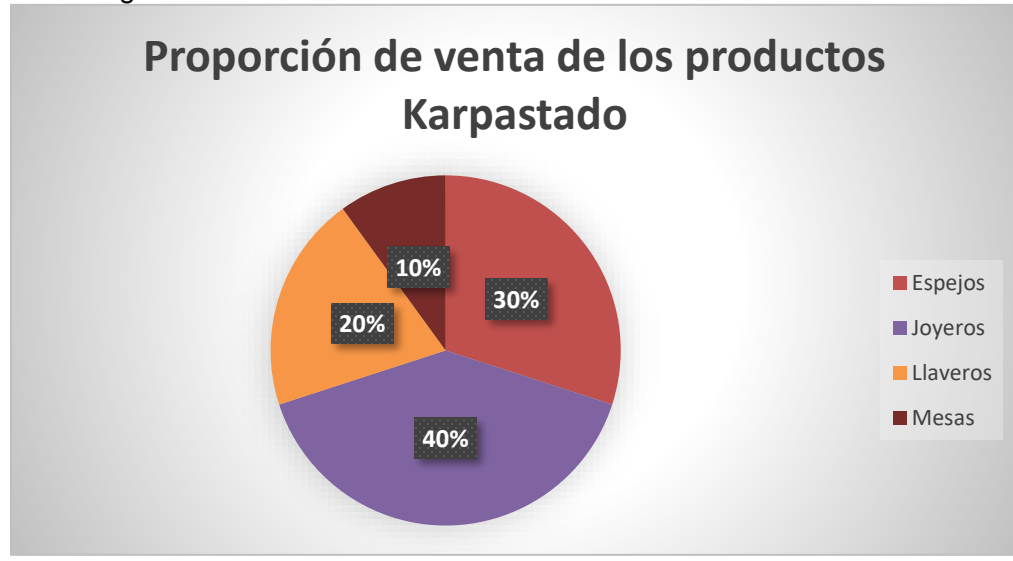
Para ello, es importante innovar, aunque el producto sea creativo y tenga innovación, si crea un producto único multifuncional y llamativo para el mercado, subirían las ventas considerablemente.

Karpastado tiene un proyecto muy interesante, que comenzó a realizarse hace 7 años, el cual consiste en marcos realizados con “desperdicios” de objetos del primer hogar karpastado, para mostrar “como acumulamos y al final la mayoría de las cosas terminan como basura contaminando el planeta”. Cada marco, es único, tiene una historia y refleja una problemática mundial que amerita concientización de los individuos.

Fotos de las piezas



Considerando que de los productos de mayor venta de Karpastado, su proporción de venta general son las siguientes:





Producto	Proporción de venta
Espejos	30%
Joyeros	40%
Llaveros	20%
Mesas	10%

La problemática de la empresa para desarrollar el producto, sería:

“Karpastado es una empresa con mucho potencial, creatividad y autenticidad, por ello es importante buscar la manera de innovar, seleccionando un producto para crear una pieza diferente, atractiva y que refleje la esencia de karpastado. Por otro lado, sería bueno buscar la manera de realizar un proyecto para presentarlo dentro del mercado nacional e internacional, comenzando por el público francés”

2. Línea de investigación

Línea de investigación	Sub-línea de investigación
<p>Investigación de mercados internacionales</p>	<p>Desarrollo e innovación de nuevos productos internacionales</p>
 <p>Karpastado, es una empresa del giro de la artesanía, que ha sabido entrar al mercado internacional, por su originalidad, calidad y esencia.</p> <p>Por el giro, es un producto moldeable, completamente innovable, por lo cual, si se crea una pieza única e innovadora, atraería al mercado a consumir el producto. Sería interesante innovar o la pieza más comercializada por la empresa (joyeros 40% de sus ventas), o bien la menos comercializada para subir sus ventas (mesas 10%), para ello se realizará un estudio para saber cuál sería la pieza más interesante de innovar para Karpastado.</p> <p>Por otro lado, desarrollar el proyecto para promocionar las piezas de colección elaboradas de “desperdicios del primer hogar de Karpastado”, sería una clave para promover la exposición en Francia y así darle presencia a la marca en este mercado.</p>	 <p>Como sabemos, Karpastado es una empresa artesanal, que crea piezas únicas, inspiradas en los colores y la historia precolombina mexicana, reflejando así la esencia cultural en un objeto decorativo para el hogar.</p> <p>Por lo tanto, sería interesante, aprovechar sus diseños coloridos y atractivos, para crear un proyecto innovador, logrando introducir las piezas en el mercado meta (en México y en Francia) para crear aumentar el valor de la marca Karpastado.</p> <p>Por otro lado, buscar diseñar y desarrollar una pieza que no exista en el mercado como tal, siendo así un punto positivo para cautivar el mercado.</p> <p>Como dice Philip Kotler: ” Ya no basta con satisfacer clientes; ahora hay que dejarlos encantados”</p> <p>Así que la meta de esta propuesta, es hacer de una pieza de karpastado algo sorprendente.</p>

3. Justificación

Cuando hablamos de mercadotecnia internacional, una de las primeras cosas que pasan por la mente es “investigación de mercados internacional”, pues antes de cualquier proyecto de mercadotecnia, debe de realizarse una investigación de mercados.

Dentro de la investigación de mercados, se realizan estudios a fondo, tanto cuantitativos como cualitativo, así como logísticos.

Por otro lado, la mercadotecnia, se relaciona mucho con la innovación, con la creatividad, con satisfacer al cliente o más bien “sorprenderlo” como bien menciona Kotler.

Al realizar este proyecto, aprovechando el hecho de trabajar con una empresa creativa, artesanal, presente en el mercado internacional.

Mi misión con la empresa, es lograr aumentar el valor de su marca, innovando una pieza para aumentar las ventas, así como lanzando un proyecto de exposición nacional e internacional (Francia), para darle valor a la marca.

Algunos de los aspectos que justifican lo beneficioso de realizar este proyecto para la empresa son los siguientes:

- ✚ **Conveniencia:** Cuando se realiza una innovación exitosa, el producto atrae la atención de los clientes y aumenta las ventas dentro de la empresa. Por otro lado, la idea de llevar a cabo el proyecto de exposición, le dará valor a la marca. El hecho de dominar el idioma francés, me permitirá redactar el proyecto en ambos idiomas, para lograr encontrar un lugar que acepte exponerlo y mostrar la marca en Francia, lo que abriría el mercado de Karpastado.
- ✚ **Relevancia:** La parte de la mercadotecnia internacional, tiene gran relevancia en el desarrollo exitoso de las empresas.
- ✚ **Implicaciones prácticas:** El producto innovador, se llevará a cabo de manera real, con el cual se realizarán estudios de aceptación y de prueba, para conocer la opinión del consumidor y poder mejorarlo de ser necesario. Además, se hará una exposición real, a nivel nacional, así como una propuesta internacional para la posible exposición del proyecto en Francia.
- ✚ **Valor teórico:** Los dos temas principales de la investigación “Investigación de mercados internacionales” así como el “desarrollo e innovación de nuevos productos”, tienen valores teóricos muy importantes dentro de la mercadotecnia.

✚ Utilidad metodológica:



- ✚ Conveniencia del estudio: El estudio, le servirá a la empresa, para poder distinguirse de la competencia, con la posesión de un producto innovador. Así como, le convendrá, contar con el proyecto de exposición, para aumentar su presencia nacional e internacional.
- ✚ Impacto: El impacto que puede darle a la empresa, la posesión de un producto innovado: atrae clientes, aumenta las ventas y le da valor a la empresa. Por otro lado, elevar la imagen de la marca y su reconocimiento en el mercado.
- ✚ Pertinencia: El ser un producto artesanal, lo vuelve moldeable, por lo cual se puede innovar y es factible. El proyecto de exposición, si se realiza de manera correcta, permitirá presentarlo y encontrar patrocinadores para exponerlo. El hecho de realizarlo en dos idiomas, hará más factible, la propuesta del proyecto a Francia.

4. Planteamiento del problema

Título del proyecto	ESTUDIO DE MERCADO INTERNACIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO KARPASTADO EN NUEVOS MERCADOS, CON UNA PROPUESTA DE INNOVACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EN EL MERCADO NACIONAL Y FRANCÉS
Objetivos	Aumentar el valor de la empresa, dándole mayor presencia en el mercado nacional, así como ampliar el mercado destinando el proyecto al público francés.
Línea de investigación	Investigación de mercados internacionales/ Desarrollo de nuevo producto y proyecto internacional.

Como fue mencionado en los antecedentes, la problemática central a desarrollar de la empresa sería la siguiente:

“Karpastado es una empresa con mucho potencial, creatividad y autenticidad, por ello es importante buscar la manera de innovar, seleccionando un producto para crear una pieza diferente, atractiva y que refleje la esencia de karpastado. Por otro lado, sería bueno buscar la manera de realizar un proyecto para presentarlo dentro del mercado nacional e internacional, comenzando por el público francés”

- ✚ Para la innovación de un producto de Karpastado, se analizará con los miembros de la empresa que producto sería más interesante innovar, si el producto más vendido por la empresa o bien el que menos ventas tiene.

Producto	Proporción de venta
Joyereros	40%
Mesas	10%


Después de la selección del producto a innovar, se hará un análisis y propuestas de diseño para su elaboración real y presentación del nuevo producto.

- ✚ ¿De qué manera se pudiera modificar las piezas de Karpastado para atraer al cliente sin perder la esencia de la marca?

Actualmente, las empresas están obligadas a innovar, pero como bien menciona Kotler, ya no basta con “satisfacer al cliente” si no que es necesario “sorprenderlo”. El producto Karpastado, está en constante innovación, pero estás solo “satisfacen más” las necesidades de sus clientes, por ello sería interesante innovar un producto de manera a “sorprender” al público, atrayendo así la atención de los clientes y por ende aumentando la demanda. Esto con el fin de aumentar el valor de la marca y expandir su mercado.

Por otro lado, si una empresa desea introducir una pieza en el mercado internacional, es necesario que realice un estudio de mercado para analizar algunos indicadores y características del país seleccionado, para así saber cómo lograr entrar al mercado de manera exitosa. También es necesario saber las cuestiones de exportación, si existen tratados comerciales con ese mercado, los costos agregados (arancelarios, no arancelarios, de empaque y embalaje...) a considerar para comercializar esta “oferta exportable” de la empresa.

Características de Francia:

Francia	
	
Política económica y deuda	
INB per cápita, método Atlas (US\$ a precios actuales)	38.950
PIB per cápita (US\$ a precios actuales)	36.855,0
Crecimiento del PIB (% anual)	1,2%
Inflación, precios al consumidor (% anual)	0,2%
Ahorro bruto (% del PIB)	25,051%
Exportaciones de bienes y servicios (% del PIB)	29,4%
Importaciones de productos manufacturados (% de importaciones de mercaderías)	78%
Población activa, total	30.065.747

Tratados comerciales entre México y Francia:

- Acuerdo Comercial franco-mexicano, que fue firmado en la ciudad de México el 29 de noviembre de 1951
- Acuerdo Marco de Cooperación el 18 de febrero de 1992.
- Tratado de libre comercio México y Unión Europea febrero 2000.

Datos extraídos del Banco mundial: <https://datos.bancomundial.org>

Podemos entonces afirmar, que Francia es un mercado interesante para la introducción del nuevo producto Karpastado en el mercado internacional.

5. Preguntas de investigación

Pregunta de investigación general:

¿Cómo lograr introducir el nuevo producto innovador “mesa karpastado de playa” en el mercado nacional y francés?

Preguntas de guía:

- 1.- ¿Qué herramienta pueden llevarse a cabo para la introducción del nuevo producto?
- 2.- ¿Cómo evaluar los resultados para tomar las decisiones más adecuadas?
- 3.- ¿Cómo presentar el nuevo producto logrando cautivar la atención del mercado francés?
- 4.- ¿Qué medios de comunicación utilizar para promover el nuevo producto?
- 5.- ¿A qué problemas se puede enfrentar la empresa al difundir el nuevo producto?

6. Objetivos de la investigación

Objetivo general:

- ✚ Lograr introducir el nuevo producto de karpastado, en el mercado nacional e internacional (Francia), utilizando las herramientas necesarias que conlleven a su éxito a través de una planeación estratégica de mercadotecnia, creativa, logrando cautivar el mercado de México y Francia.

Objetivos específicos

- ✚ Realizar los estudios necesarios para evaluar el nuevo producto previo a su presentación (estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico, encuestas...)
- ✚ Elaborar una planeación estratégica, para evaluar y lograr alcanzar los objetivos.
- ✚ Elaborar el proyecto también en francés e investigar el mercado para encontrar la estrategia que permita cautivar la atención del público francés
- ✚ Seleccionar los medios de comunicación adecuados para introducir el nuevo producto y lograr su aceptación
- ✚ Analizar los posibles problemas a los cuales puede enfrentarse la empresa al difundir el nuevo producto, para así protegerse al máximo y tener la exclusividad del mismo.

7. Marco teórico

Dentro de la mercadotecnia internacional, uno de los puntos más importantes para lograr el éxito en el mercado, es que la empresa innove.

Cuando hablamos de la innovación de un producto, nos referimos a aquel cambio que introduce alguna novedad o varias en un producto.

Kotler y Trías de Bes en su libro “Marketing lateral” abogan por complementar el modelo tradicional de *marketing vertical* con el nuevo modelo de *marketing horizontal*, que franquea las fronteras creativas trazando nuevas rutas hacia la innovación mediante la generación de ideas originales e innovadoras.

El marketing vertical segmenta el mercado en subgrupos de consumidores cuyas necesidades constituyen el punto de partida para el desarrollo de productos

El marketing lateral tiene por objeto el desarrollo de un producto completamente nuevo que llega a un público mucho más amplio.

Recordando el título del proyecto:

“ESTUDIO DE MERCADO INTERNACIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO KARPASTADO EN NUEVOS MERCADOS, CON UNA PROPUESTA DE INNOVACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EN EL MERCADO NACIONAL Y FRANCÉS”

Sabiendo que estamos trabajando dentro de una pequeña empresa, del giro de la artesanía, trabajaremos entonces con el “marketing vertical”, innovando un producto de los de la gama de Karpastado, para atraer al público nacional y francés.

Tomando en cuenta, que actualmente la empresa comienza a elevar su valor, con ventas importantes de piezas para decoración de hoteles, en México (zonas turísticas, principalmente playeras) y Estados Unidos, he decidido innovar una mesa que pueda colocarse en la arena, con estabilidad.

Problemática: ¿Cómo lograr la aceptación del nuevo producto innovador “mesa karpastado para la playa” en el mercado nacional y francés?

Desarrollo e innovación del nuevo producto Karpastado

Primeramente, es importante recordar, que nos encontramos dentro de la carrera de “mercadotecnia internacional”, la cual a través del estudio del comportamiento de los mercados y de los consumidores, intenta incentivar la demanda e incrementar el comercio.

México, es un país con una gran ventaja comercial, por sus acuerdos comerciales que comprenden más de 46 países.

La empresa Karpastado, refleja elementos culturales desde prehispánicos, sus colores vivos que nos caracterizan, de su agronomía distintiva (agaves, palmeras...), en sus piezas de diseño artesanales, con la esencia de Arcelia Barbero.

Desarrollo de la estrategia del nuevo producto

El desarrollo de la estrategia del nuevo producto consiste, para las compañías, en definir la función del nuevo producto en los objetivos corporativos, generales de la empresa. Buscando tener el enfoque necesario en que se desarrollan.

Para desarrollar la el producto innovador de la empresa “mesa para enterrad en la arena con estabilidad”, es necesario realizar un plan estratégico de mercadotecnia, utilizando las técnicas de diagnóstico que nos permitirán evaluar la situación de la empresa para tomar las mejores decisiones:

- Matriz FODA
- Matriz BCG
- Matriz ANSOFF

Por lo cual, realizaremos un plan estratégico de mercadotecnia de la empresa Karpastado, sobre el desarrollo e innovación del nuevo producto y de su comercialización en México y en Francia, en el cual se desarrollarán estas técnicas de diagnóstico.

Generación de idea

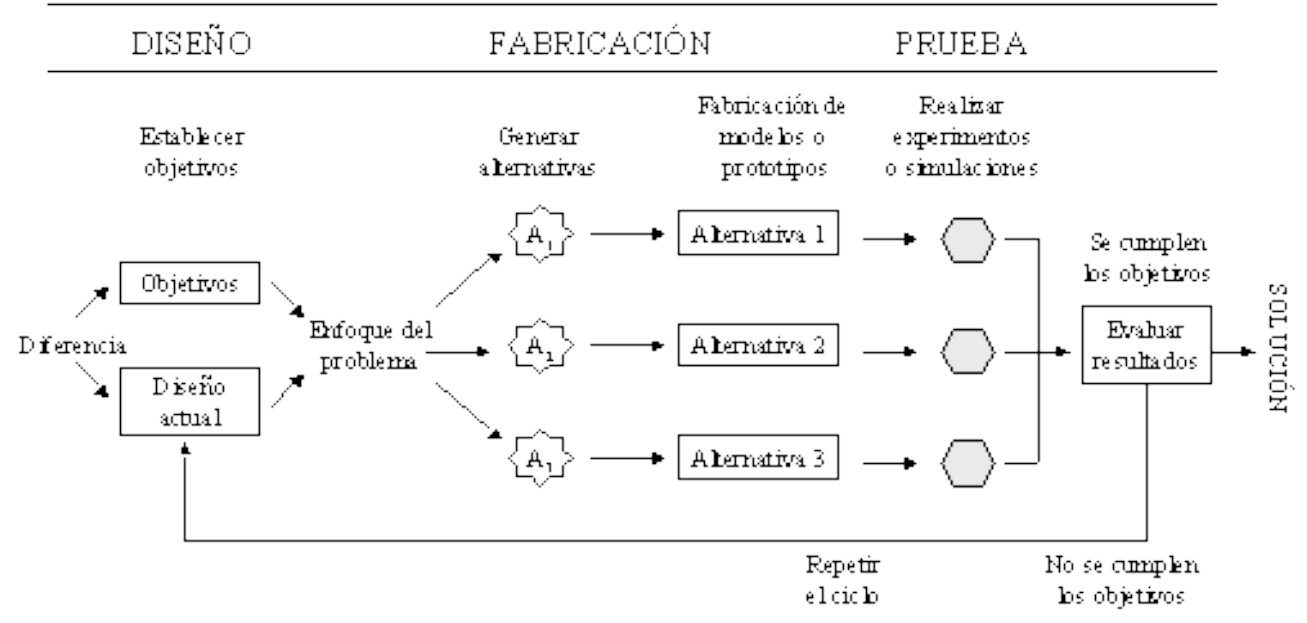
Kotler (capitulo 10, desarrollo de nuevos productos y estrategias del ciclo de vida del producto), menciona como las empresas encuentran y desarrollan ideas para nuevos productos:

- Enumerar y definir los pasos del proceso de desarrollo de nuevos productos
- Describir las fases del ciclo de vida de los productos
- Describir como las estrategias de marketing varían a lo largo del ciclo de vida del producto

En la empresa karpastado, se decidió realizar una mersa trasportable principalmente para la playa (plantable en la arena), sabiendo que la empresa vende mayormente en lugares turísticos costeros.

Diseño de la pieza

Fases del proceso de resolución de problemas

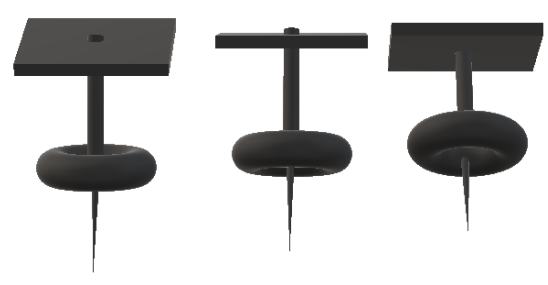


Fuente: Wheelwright y Clark, 1994.

Diseño actual de la mesa Karpastado



Mesa plegable con líneas representando el diseño del representativo trompo mexicano.



Diseño de base metálica para enterrar en la arena y mantener estabilidad

Creación de prototipo

"... Dado que su objetivo es crear clientes, una empresa comercial tiene dos funciones básicas, y sólo dos: **la mercadotecnia y la innovación**. La mercadotecnia y la innovación producen beneficios, lo demás son costos." **Peter Drucker**

Es necesario, crear un prototipo de la pieza innovadora, para poder enseñarla, realizar estudios y encuestas, para conocer la opinión del público meta.

Según el libro "Marketing" de *Kerin, Berkowitz, Hartley y Rudelius*, el proceso de nuevos productos lleva a cabo principalmente las etapas mencionadas a continuación:

- Generación de la idea

"Desarrollar un grupo de conceptos como posibles nuevos productos o la generación de ideas." (página 311)

En el caso de Karpastado, evaluar que productos pueden innovarse, así como que se puede innovar en cada uno, para así seleccionar la idea más atractiva.

- Evaluaciones

Es necesario realizar evaluaciones de la pieza (internas y externas), tanto de calidad, estética, funcionalidad, durabilidad como de la viabilidad del proyecto.

Evaluación interna: "Al interior, las compañías evalúan la facilidad técnica de una propuesta y si este cumple con los objetivos definidos en el paso de desarrollo de la estrategia del nuevo producto" (página 314)

Para Karpastado, es identificar la viabilidad del proyecto para la empresa, siendo una empresa pequeña, que no cuenta con altos recursos económicos para invertir.

Evaluación externa: "Las pruebas de conceptos son evaluaciones externas consientes en pruebas preliminares de la idea del nuevo producto (no del producto real) entre los consumidores. Es usual que estas pruebas se basen en descripciones escritas del producto, si bien pueden emplearse bocetos, maquetas o literatura promocional. En la prueba de concepto, se plantean varias preguntas clave: ¿Cómo perciben los consumidores al producto? ¿Quién lo usaría? ¿Cómo se usaría?" (página 314)

En este caso, pueden realizarse encuestas para conocer la opinión del público meta, sobre la pieza innovadora.

- Desarrollo

El producto debe desarrollarse de manera real, tomando en cuenta todo el estudio técnico y económico del proyecto.

“las ideas de producto que sobreviven al análisis de negocios pasan a la etapa de desarrollo real, en la que una idea en papel se convierte en un prototipo.” (página 315)

La empresa Karpastado, tiene un herrero externo, quien es ingeniero industrial y le diseña y fabrica las bases de sus mesas, por lo cual se realizará un prototipo de la pieza para con ello tomar las mejores decisiones.

- Pruebas de mercado

“La etapa de prueba de mercado del proceso de un nuevo producto consiste en la exposición del producto real a los consumidores potenciales bajo condiciones de compra reales, a efecto de ver si lo comprarían.” (página 316)

Cuando hablamos de un producto artesanal, la mejor opción es la de realizar una exposición para presentar el producto. En este caso, se desea conocer la opinión del público nacional y francés, por lo cual se puede aprovechar de la existencia de una colección de piezas de “desperdicios” de Karpastado, la cual no ha sido presentada en el mercado, presentado en la misma la nueva pieza de la empresa.

Estudio de mercado para comercialización del nuevo producto

Previo a cualquier lanzamiento comercial, es indispensable realizar una investigación de los mercados meta, logrando así tomar las mejores decisiones.

Para esta etapa, me guiaré con el libro “investigación de mercados” quinta edición, de *Naresh K. Malhotra*.

“La investigación de mercados incluye una de las facetas más importantes y fascinantes del marketing” (página 3 “investigación de mercados” quinta edición, de *Naresh K. Malhotra*)

Definición: “La investigación de mercados es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones del marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como proceso.” (página 7 “investigación de mercados” quinta edición, de *Naresh K. Malhotra*)

Con el fin de resolver exitosamente la problemática del proyecto, se llevarán a cabo dos investigaciones de mercado:

- Zonas turísticas del mercado mexicano
- Mercado francés

Estrategia de introducción del nuevo producto al mercado

Philip Kotler, habla de las “experiencias únicas para el cliente o consumidor: Toda empresa debería tener como uno de sus principales fines la satisfacción de sus clientes o consumidores como política a seguir y que suele cosechar el traer otros clientes o consumidores fieles que reconocen la marca y la consumen, como producto o servicio.”

Es por ello, que en el caso de Karpastado, es interesante utilizar la estrategia de exposición, para presentar el nuevo producto en el mercado nacional y francés, buscando su aceptación en estos mercados.

Comercialización del nuevo producto Karpastado

“Por último, el producto llega al punto de comercialización, su posicionamiento y lanzamiento con producción y ventas a escala completa.”

En esta etapa, se establecerán las herramientas de comercialización de producto, así como se determinarán los costos definitivos del producto, así como todo lo necesario para su exportación.

e-commerce

Las tres principales fuerzas del comercio electrónico: la tecnología, el desarrollo empresarial y las cuestiones sociales (E-Commerce 2012 de Kenneth, C.Laudon).

El e-commerce, es eficaz, económico e internacional, lo cual es ideal para una empresa pequeña como es el caso de Karpastado, por lo cual es uno de los métodos a utilizar, para la comercialización del nuevo producto en el mercado nacional y francés.

Envíos

Es muy importante, tomar en cuenta todo lo que comprende los envíos de la mercancía (empaques, costos...)

Exportación

“La exportación se define como la producción de bienes en un país y su venta en otro.” (página 213, Marketing, séptima edición, *Kerin, Berkowitz, Hartley, Rudelius.*)

Visto que nos encontramos en la carrera de mercadotecnia Internacional, y que dentro de la problemática del proyecto buscamos la aceptación del producto en el mercado nacional y francés, debemos contemplar todo lo necesario para exportar este producto a Francia.

Por lo tanto, analizaremos los tratados comerciales entre México y Francia, así como todo lo que se requiere por parte del “sistema aduanero del comercio exterior”, para comercializar este producto con Francia.

8. Metodología

Dentro del proyecto que hemos estado desarrollando con la empresa Karpastado, buscamos desarrollar un nuevo producto y buscar su aceptación en el mercado nacional y francés:

Para resolver la problemática de la empresa: “¿Cómo lograr la aceptación del nuevo producto innovador “mesa karpastado para la playa” en el mercado nacional y francés?”, es necesario realizar investigaciones que nos permitirán tomar las decisiones adecuadas, analizando los sectores y temas que nos conlleven a lograr con éxito el objetivo del proyecto.

Primeramente, es importante conocer la definición de una investigación de mercados: para Kotler es la siguiente “Es el diseño, obtención y presentación sistemática de los datos y hallazgos relacionados con una situación específica de mercadotecnia.” Por otro lado, para Fischer es “Proceso sistemático de recopilación e interpretación de hechos y datos que sirven a la dirección de una empresa, para la toma adecuada de decisiones y para establecer así una política de mercado correcta.”

La metodología que se utilizará para este proyecto, será la siguiente:

- Tipo de investigación

Es de suma importancia determinar el tipo de investigación en relación a la información que se desea obtener y al tema a resolver, en este caso estamos hablando de un “nuevo producto”, por lo cual no es conocido por el mercado y por otro lado se busca cautivar el mercado nacional e internacional (Francia), por lo tanto, los tipos de investigación principales que utilizaré son los siguientes:

Tipo de investigación	Descripción
Exploratoria	Pretenden darnos una visión general, de tipo aproximativo. El objetivo primordial de este tipo de investigación es facilitar una mayor penetración y comprensión del problema que enfrenta el investigador.
Descriptiva	El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

- Enfoque de la investigación (cualitativo, cuantitativo)

En el caso de esta investigación, que está relacionada con la aceptación de un nuevo producto de la empresa Karpastado, como se realizará una investigación exploratoria y otra descriptiva, los enfoques serán tanto cualitativos como cuantitativos.

Enfoque de la investigación	Aplicación a investigación
Cualitativo	Para la aceptación del producto, es necesario saber si las cualidades del mismo son de conveniencia del público meta, así como analizar las cualidades del segmento entre otras cosas.
Cuantitativo	Para toda investigación, es importante contar con datos numéricos, para así tomar las mejores decisiones comparando resultados de los diferentes estudios y datos obtenidos.

- Diseño de la investigación (descripción de la metodología)

Para lograr los objetivos de la investigación, se llevará a cabo primeramente una evaluación financiera de proyecto en el que se realizarán: el estudio de mercado, estudio técnico y el estudio económico de la empresa.

Posteriormente, se realizará el prototipo del producto nuevo, para analizar las cualidades de la pieza, de las personas meta, del diseño.

Se realizará una encuesta, para evaluar la aceptación del producto por parte del público nacional, así como el de Francia, para así analizar los resultados y tomar las mejores decisiones

- Selección de la muestra (unidad de análisis, población, muestreo, tamaño de la muestra, fórmula)

La investigación se llevará a cabo en relación al nuevo producto desarrollado para la empresa Karpastado, buscando su aceptación en el mercado nacional y francés.

Para el estudio, es necesario seleccionar una muestra, para de ahí obtener los resultados que nos permitan analizar la situación y tomar las decisiones adecuadas.

¿Qué es un muestreo?

Es el procedimiento mediante el cual se obtiene una muestra de la población.

-Muestra: El grupo de individuos que estudiaremos de manera real, es un subconjunto de la población.

-Población: Es el conjunto de elementos, en este caso, hablamos de la población de México (mercado nacional) y de Francia (mercado francés).

Por lo tanto, en este caso, hablamos de una población infinita (mayor a 100,000 habitantes).

Por lo tanto, a continuación, mostramos los elementos necesarios para la selección de la muestra que nos permitirá estudiar la problemática del proyecto:

Muestra	Descripción
Unidad de análisis	Nuevo producto Karpastado – Mesa para la playa
Variable	Lograr introducir el producto en el mercado nacional y francés
Población	México y Francia
Muestra	Personas de 30 a 54 años (mexicanos y franceses)
Tamaño de la muestra	México: $n = \frac{1.96^2 * 0.3215 * .9}{.05^2} \approx 445$ Francia: $n = \frac{1.96^2 * 0.325 * .9}{.05^2} \approx 449$
fórmula	$n = \frac{z^2 * PQ}{E^2}$ <ul style="list-style-type: none"> • Z=nivel de confianza • P= Probabilidad a favor • Q= Probabilidad en contra • E= Error de estimación • N= Total de muestra

- Nivel de confianza=95%
- Proporción de la población mexicana de 30 a 54 años= 32.15%
- Proporción de la población francesa de 30 a 54 años= 32.5%
- Error máximo tolerable = 5%

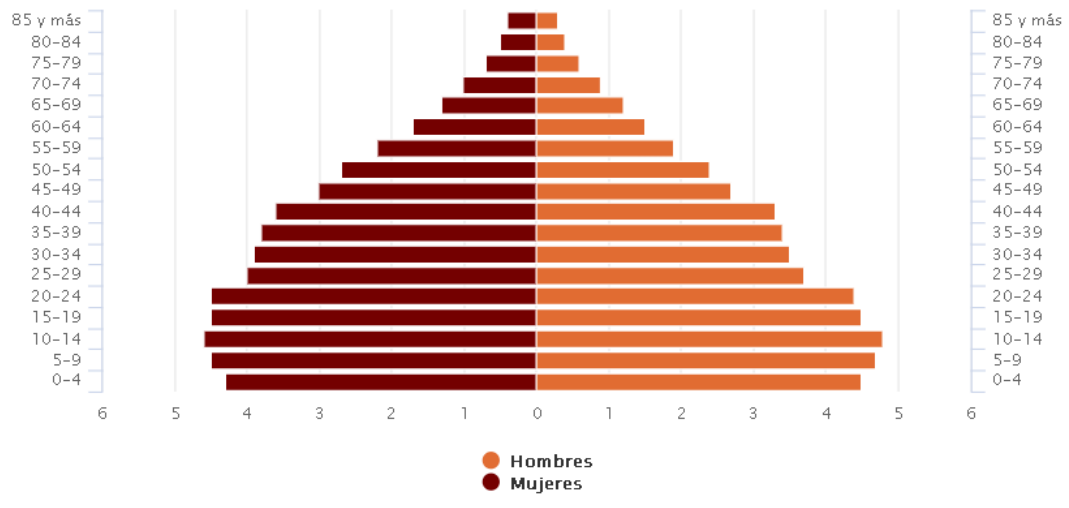
Para este proyecto, se realizará un estudio sobre la opinión por un lado del público nacional (mexicano) y por otro del público internacional (francés), de lo cual el cálculo de la muestra nos arroja, 445 encuestas en México y 449 encuestas en Francia.

Por cuestiones de tiempo, presupuesto y logística, se realizarán 100 encuestas al público mexicano y 100 encuestas al público francés.

*La plataforma de SurveyMonkey, da la posibilidad de encuestar a 100 personas por encuesta en el plan gratuito.

La información fue obtenida de fuentes oficiales de ambos países para extraer el porcentaje de la población

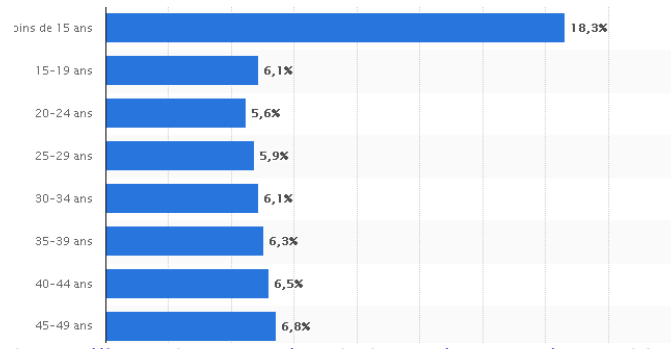
Población mexicana por edades



Fuente:
INEGI. Censos y Conteos de Población y Vivienda
INEGI Encuesta Intercensal 2015

<http://www.beta.inegi.org.mx/temas/estructura/>

Población francesa por edades



<https://fr.statista.com/statistiques/472349/repartition-population-groupe-dage-france/>

- ✚ Se realizará una encuesta en español destinada al público mexicano aplicada a 137 personas de 30 a 54 años.
- ✚ Se realizará una encuesta en francés destinada al público francés, aplicada a 138 personas de 30 a 54 años.
- ✚ Se hará un estudio en una cámara Gesell grabado, para conocer la opinión de posibles consumidores.
- ✚ Se hará una observación de la reacción del consumidor al observar la pieza nueva.

- Diseño del instrumento de investigación

Encuesta en español:



Presentación

Buenos días/tardes,
Mi nombre es Yoalli Lamarre Barbero de la empresa Karpastado estamos haciendo una encuesta de valoración del nuevo producto "mesa Karpastado de playa" cuyas características principales son "Es una mesa especial para enterrar en la arena o tierra, con mucha estabilidad, sus diseños son únicos y tiene posibilidad de colocarle una sombrilla".
Estamos interesados en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario? La información que nos proporcione será utilizada para conocer la valoración del producto "mesa Karpastado para la playa" en el mercado. El cuestionario le tomará 5 minutos aproximadamente. Gracias.

Perfil del encuestado

Edad _____ Sexo Hombre Mujer

Descripción del producto



1.- En una escala del 1 al 6, dónde 6 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante"

¿Cómo de interesante es la mesa Karpastado de la playa para ud.?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

2.- ¿Cuál o cuáles de las siguientes características le atraen del producto?

- Funcionalidad Facilidad de uso De moda [Otras variables] Ninguna de las anteriores
- Otra (por favor, especifique) _____



ARCELIA BARBERO GÓMEZ
www.espejos-karpastado.com
Facebook - KARPASTADO Espejos
Tel - (33) 38261234
Cel - 33 15200685
Guadalajara, Jal. México

Distribución del producto

3.- ¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto?

- Internet Tienda [Otros lugares] Otro (por favor, especifique) _____

4.- ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el producto?

- E-mail Correo postal Facebook Anuncios [Otro medio]
- Otra (por favor, especifique) _____

Debilidades del producto

5.- ¿Cuál o cuáles de las siguientes características no le atraen del producto?

- No lo necesito Es muy caro Es difícil de usar [Otras variables]
- Otra (por favor, especifique) _____

6.- Partiendo de la base que el precio de este producto le pareciera aceptable... ¿qué probabilidad habría de que lo comprara?

- Lo compraría en cuanto saliera al mercado
 Lo compraría dentro de un tiempo
 Puede que lo compre dentro de un tiempo
 No creo que lo compre
 No lo compraría

Precio del producto

7.- ¿Compraría este producto a un precio de \$2,000?

- Muy probablemente
 Probablemente
 Es poco probable
 No es nada probable
 No lo sé

Comentarios sobre el producto

8.- Este producto es de la empresa Karpastado. ¿Eso lo hace más, o menos interesante para ud.?

- Más interesante
 Menos interesante
 Ni más ni menos interesante, no hay diferencia
 No lo sé



ARCELIA BARBERO GÓMEZ
www.espejos-karpastado.com
Facebook - KARPASTADO Espejos
Tel - (33) 38261234
Cel - 33 15200685
Guadalajara, Jal. México



ARCELIA BARBERO GÓMEZ
www.espejos-karpastado.com
Facebook - KARPASTADO Espejos
Tel - (33) 38261234
Cel - 33 15200685
Guadalajara, Jal. México

9.- ¿Tiene algún comentario o sugerencia para Karpastado sobre el producto?

Muchas gracias por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta

Liga SurveyMonkey: <https://www.surveymonkey.com/r/?sm=uburiGEEkdEkCGtFiTQgnAtIY>

Encuesta en francés

Enquête de produit

Présentation

Bonjour,
Je m'appelle Yoalli Lamarre de l'entreprise artisanal Karpastado nous sommes en train de faire une enquête du nouveau produit "table Karpastado de plage" dont les caractéristiques sont les suivantes : C'est une table spéciale pour planter dans la terre, avec beaucoup de stabilité, un style unique et un prix raisonnable."
Nous sommes intéressés de connaître votre opinion, seriez-vous aimable de nous aider à répondre cette enquête ? L'information que vous nous transmettez sera utilisé pour connaître la valuation du produit "table Karpastado de plage" dans le marché. Cela vous prendra à peu près 5 minutes. Merci.

Profil

Age _____ Sexe Homme Femme

Description du produit



1.- A escale de 1 à 6, où 6 équivaut à "très intéressant" et 1 à "pas du tout intéressant"

¿ à quel point le produit « table Karpastado de plage » vous paraît intéressant ?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

2.- ¿(Quel(les) des suivantes caractéristiques vous sont attrayantes du produit ?

Fonctionnalité Facilité d'usage Mode [Autre variable] Aucune des antérieures

Autre (spécifier) _____



ARCELIA BARBERO GÓMEZ
www.espejos-karpastado.com
Facebook - KARPASTADO Espejos
Tel - (33) 38261234
Cel - 33 15200685
Guadalajara, Jal. México

Enquête de produit

Distribution du produit

3.- ¿Dans quel(les) lieu(x) aimeriez-vous trouver se produit ?

Internet Boutique [Autre lieu] Autre (spécifier) _____

4.- ¿A travers de quels moyens aimeriez-vous recevoir des informations sur le produit ?

E-mail Courrier postal Facebook Annonces [Autre moyen]

Autre (spécifier) _____

Faiblesses du produit

5.- ¿La quel des suivantes caractéristiques ne vous attirent pas du produit ?

Je n'en ai pas besoin Il est trop cher Il est difficile d'utiliser [Autre variable]

Autre (spécifier) _____

6.- Supposant que le prix de se produit vous semble correcte... ¿Quelle probabilité il y aurai que vous l'achetiez ?

- Je l'achèterai dès qu'il sorte au marché
 Je l'achèterai peu après
 Il se peut que je l'achète peu après
 Je ne crois pas que je l'achèterai
 Je ne l'achèterai pas

Prix du produit

7.- ¿Achèteriez-vous se produit à 120€ ?

- Très probablement
 Probablement
 Peu probablement
 Pas du tout probable
 Je ne sais pas

Commentaires sur le produit

8.- Se produit provient de l'entreprise artisanal Karpastado. ¿Cela le fait plus ou moins intéressant pour vous ?

- Plus intéressant
 Moins intéressant
 Ni plus ni moins intéressant
 Je ne sais pas



ARCELIA BARBERO GÓMEZ
www.espejos-karpastado.com
Facebook - KARPASTADO Espejos
Tel - (33) 38261234
Cel - 33 15200685
Guadalajara, Jal. México

Enquête de produit

9.- ¿ Auriez-vous un commentaire pour l'entreprise Karpastado sur son nouveau produit ?

Merci pour votre temps dédié à répondre cette enquête.



ARCELIA BARBERO GÓMEZ
www.espejos-karpastado.com
Facebook - KARPASTADO Espejos
Tel - (33) 38261234
Cel - 33 15200685
Guadalajara, Jal. México

9. Cronograma de actividades (Utilizar diagrama de Gantt)

ACTIVIDADES A REALIZAR	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
	Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Selección de la empresa, llenado de documentos (Formato A, carta de presentación, carta de aceptación) y entrega de los mismos	█	█																																						
Redacción de antecedenentes de la empresa en colaboración con la información proporcionada por la misma		█																																						
Planteamiento del problema		█																																						
Linea de investigación del proyecto		█																																						
Preguntas y objetivos			█	█	█																																			
Justificación del proyecto			█	█	█	█																																		
Entrega del primer reporte del asesor externo							█																																	
Diseño y elaboración del prototipo del nuevo producto							█	█	█																															
Marco teorico del proyecto									█	█																														
Descripción de la metodología del proyecto											█																													
Metodología de muestra												█																												
Motodología de instrumentos													█	█																										
Aplicación de encuestas en al público mexicano															█	█																								
Aplicación de encuestas en al público francés																█	█																							
Tabulación y graficación de los resultados																			█	█																				
Analisis de los resultados																				█																				
Focus Group																					█																			
Ordenar resultados, plasmarlos para el proyecto y conclusiones de los mismos																							█																	
Integración del proyecto																								█																
Segundo informe del asesor externo																											█													
Mejorar el nuevo producto para su fabricación																												█												
Elaboración de video del producto																																								
Principio de ejecución del proyecto																																								
Busqueda de clientes hoteleros en México																																								
Busqueda de punto de venta en Francia																																								
Diseño de promoción del producto en español y francés para publicar en Internet																																								
Planeación de exposición del producto en Francia con contacto																																								
Prueba de venta en hotel en Sayulita																																								
Elaboración de presentación para presentar proyecto																																								
Reporte del asesor externo																																								
Practica de presentación																																								

Índice PT2

1. Diseño de la intervención
2. Propuesta del proyecto de intervención
3. Ejecución de proyecto
4. Supervisión del proyecto
5. Evaluación del proyecto
6. Sistematización del proyecto
7. Informe de resultados del proyecto

1. Diseño de la intervención

Focus Group

Reunir a un grupo de 5 personas conocedor de hotelería en México, para conocer su opinión sobre el nuevo producto de Karpastado “mesas de playa”:

Fase 1: De la perspectiva del consumidor hotelero sobre el nuevo producto Karpastado

Fase 2: De la decoración de hoteles con productos artesanales mexicanos

Fase 3: Del tamaño y altura de las mesas de playa propuestas por Karpastado

Fase 4: De su interés por colocar mesas Karpastado de playa frente a sus hoteles

Fase 5: De las recomendaciones de los participantes



1. Tabulación de los resultados de las encuestas

Resultados encuesta en español:

Sexo		
	1	2
	Hombre	Mujer
Total	16	84
Porcentaje	16%	84%

Edad	Efectivo	Porcentaje
30-34	38	38%
35-39	32	32%
40-44	15	15%
45-49	8	8%
50-54	7	7%
Total	100	100%

En una escala del 1 al 6, dónde 6 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante"					
1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6
2	1	8	38	34	20
2%	1%	8%	38%	34%	20%
4.7					

¿Cómo de interesante es la mesa Karpastado de la playa para ud.?				
1	2	3	4	5
Funcionalidad	Facilidad de uso	De moda	Ninguna de las anteriores	Otra variable
73	27	0	0	0
73%	27%	0%	0%	0%

¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto?		
1	2	3
Internet	Tienda	Otro
88	12	0
88%	12%	0%

¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el producto?				
1	2	3	4	5
E-mail	Correo Postal	Facebook	Anuncios	Otro
14	2	84	0	0
14%	2%	84%	0%	0%

¿Cuál o cuáles de las siguientes características no le atraen del producto?			
1	2	3	4
No lo necesito	Es muy caro	Es difícil de usar	Otra
95	4	1	0
95%	4%	1%	0%

Partiendo de la base que el precio de este producto le pareciera aceptable... ¿qué probabilidad habría de que lo comprara?				
1	2	3	4	5
En cuanto saliera	Dentro de un tiempo	Tal vez	No creo	No
15	25	45	15	0
15%	25%	45%	15%	0%

¿Compraría este producto a un precio de \$2,000?				
Muy probable	Probable	Poco probable	Nada probable	No lo sé
1	2	3	4	5
8	10	62	20	0
8%	10%	62%	20%	0%

Este producto es de la empresa Karpastado. ¿Eso lo hace más, o menos interesante para ud.?			
Más interesante	Menos interesante	Ni más ni menos	No lo sé
1	2	3	4
94	0	6	0
94%	0%	6%	0%

Resultados de encuesta a público francés

Sexo		
	1	2
	Hombre	Mujer
Total	32	68
Porcentaje	32%	68%

Edad	Efectivo	Porcentaje
30-34	22	22%
35-39	28	28%
40-44	30	30%
45-49	12	12%
50-54	8	8%
Total	100	100%

En una escala del 1 al 6, dónde 6 es “muy interesante” y 1 es “nada interesante”					
1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6
0	0	0	15	38	47
0%	0%	0%	15%	38%	47%
5.32					

¿Cómo de interesante es la mesa Karpastado de la playa para ud.?				
1	2	3	4	5
Funcionalidad	Facilidad de uso	De moda	Ninguna de las anteriores	Otra variable
73	27	0	0	0
95%	5%	0%	0%	0%

¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto?		
1	2	3
Internet	Tienda	Otro
88	12	0
56%	44%	0%

¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el producto?				
1	2	3	4	5
E-mail	Correo Postal	Facebook	Anuncios	Otro
64	10	26	0	0
64%	10%	26%	0%	0%

¿Cuál o cuáles de las siguientes características no le atraen del producto?			
1	2	3	4
No lo necesito	Es muy caro	Es difícil de usar	Otra
60	2	0	38
60%	2%	0%	38%

Partiendo de la base que el precio de este producto le pareciera aceptable... ¿qué probabilidad habría de que lo comprara?				
1	2	3	4	5
En cuanto saliera	Dentro de un tiempo	Tal vez	No creo	No
28	43	22	7	0
28%	43%	22%	7%	0%

¿Compraría este producto a un precio de \$2,000?				
Muy probable	Probable	Poco probable	Nada probable	No lo sé
1	2	3	4	5
86	9	3	0	0
86%	9%	3%	0%	0%

Este producto es de la empresa Karpastado. ¿Eso lo hace más, o menos interesante para ud.?			
Más interesante	Menos interesante	Ni más ni menos	No lo sé
1	2	3	4
98	0	2	0
98%	0%	2%	0%

Resultados obtenidos de encuesta aplicada a público mexicano y a público francés de 30 a 54 años

Introducción

- La empresa Karpastado, es una empresa del giro de la artesanía con experiencia en el mercado internacional, dedicada a la elaboración y decoración de marcos con espejo, joyeros, mesas y accesorios.
- En este proyecto se llevó a cabo el desarrollo y diseño de un nuevo producto innovador “mesa Karpastado de playa”, de la cual se desea conocer la opinión del público meta.



El 65% de los clientes de Karpastado llevarán el producto a un lugar de vacaciones, principalmente a playas.

Medio de aplicación de encuestas

- En Karpastado, elegimos aplicar las encuestas a través de la plataforma de “SurveyMonkey” a 100 mexicanos y 100 franceses de 30 a 54 años, así como algunas encuestas presenciales para completar.

- Encuesta en francés

<https://www.surveymonkey.com/r/G68JBTT>

- Encuesta en español

https://www.surveymonkey.com/r/?sm=uburiGEEkdEkCGtFiTQqnAtiY_2FRpD4lQ7Qx8hLIYSYw_3D



OBJETIVO GENERAL

- Determinar la opinión del público meta en relación al prototipo elaborado del nuevo producto “Mesa Karpastado de playa”, analizando en paralelo la del público mexicano y la del francés para así tomar las decisiones correspondientes y de ser necesario realizar las modificaciones necesarias.



PÚBLICO OBJETIVO

- Hombres y mujeres de entre 30 y 54 años, con un nivel socioeconómico medio a alto, con gusto por los productos artesanales.

MUESTRA

Muestra	Descripción
Unidad de análisis	Nuevo producto Karpastado – Mesa para la playa
Variable	Lograr introducir el producto en el mercado nacional y francés
Población	México y Francia
Muestra	Personas de 30 a 54 años (mexicanos y franceses)
Tamaño de la muestra	México: $n = \frac{1.96^2 \cdot 0.2225 \cdot 0.3}{.05^2} \approx 445$ Francia: $n = \frac{1.96^2 \cdot 0.2225 \cdot 0.3}{.05^2} \approx 449$
fórmula	$n = \frac{z^2 \cdot PQ}{E^2}$ <ul style="list-style-type: none"> Z= nivel de confianza P= Probabilidad a favor Q= Probabilidad en contra E= Error de estimación N= Total de muestra

Para este proyecto, se realizará un estudio sobre la opinión por un lado del público nacional (mexicano) y por otro del público internacional (francés), de lo cual el cálculo de la muestra nos arroja, 445 encuestas en México y 449 encuestas en Francia.

Por cuestiones de tiempo, presupuesto y logística, se realizarán 100 encuestas al público mexicano y 100 encuestas al público francés.

*La plataforma de SurveyMonkey, da la posibilidad de encuestar a 100 personas por encuesta en el plan gratuito.

Metodología: Tipo de estudio requerido

- Se hicieron dos fases del estudio para poder tener la información más detallada del consumidor:

Fase 1: Cuestionario virtual

Se realizaron cuestionarios de manera virtual a dos grupos de personas que fueron seleccionadas, este cuestionario de 10 preguntas (en español para el público nacional y en francés para el público de Francia) basadas en las características del nuevo producto para conocer la opinión del público meta.

Fase 2: Focus Group

Basados en diferentes criterios previamente acordados con la empresa, se decidió elegir como participantes a un público hotelero nacional (con hoteles en zonas de playa) donde se hicieron sesiones de máximo 1 hora, en estas sesiones el moderador tomo anotaciones de las respuestas físicas del participante.

Información obtenida y conclusiones

- Después de llevar a cabo la encuesta de la investigación concluimos que el público mexicano (particulares), no sería el mejor cliente para este producto, estaría más bien dirigido a las personas de clase media alta a alta con casa vacacional o habitacional en la playa. En cuanto al público francés, su gusto por lo “hecho a mano” y su cultura viajera, hace atractivo para ellos este producto, hasta para colocar “en la tierra de la casa del campo”.
- Por otra parte pudimos reenfocar el mercado meta del público nacional, dirigiéndonos al mercado hotelero de playa a nivel nacional, para lo cual se realizó un “Focus Group”, para conocer la opinión del público concededor sobre la propuesta del nuevo producto Karpastado “mesa de playa”.

CUESTIONARIO VIRTUAL

A público Mexicano
Primera Fase:
Cuantitativa

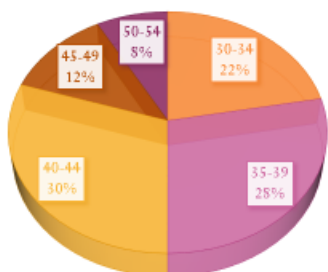




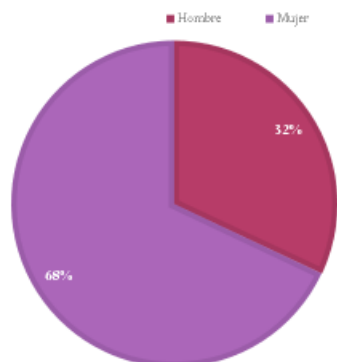
Cuestionario Virtual

Se encuestaron 100 mexicanos de 30 a 54 años

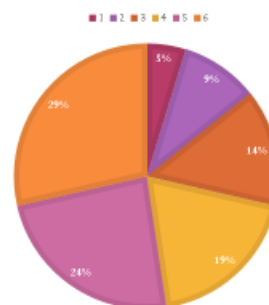
EDADES



GENERO DE PERSONAS ENCUESTADAS

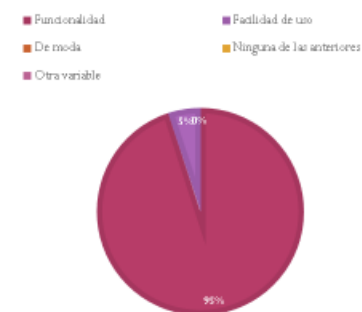


CALIFICACIÓN DEL PRODUCTO



El público mexicano dio una calificación promedio del producto de 4.7, donde 6 es "muy interesante" y 1 "nada interesante"

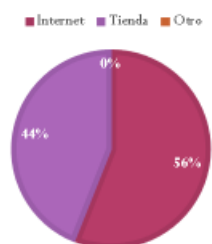
CARACTERÍSTICAS ATRAYENTES DEL PRODUCTO



El 73% de los encuestados en México, consideran que el producto es atractivo por su "funcionalidad".



LUGAR PREFERENTE DE COMPRA



De acuerdo a los resultados la mayoría de nuestros encuestados, el 88% preferiría que se comercialice el producto por Internet y al 64% le gustaría recibir información por Facebook.

Medio de recepción de información de Karpastado



CARACTERÍSTICAS QUE NO LE ATRAEN DEL PRODUCTO



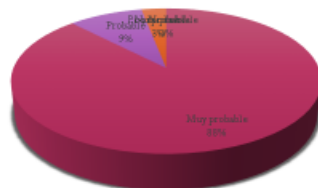
Probabilidad de comprar el producto



El 95 % de los consumidores encuestados, dicen que “no necesitan el producto”, y el 45 % “tal vez lo compraría”.

Para el público mexicano general de 30 a 54 años, es mayormente “poco probable” que consuma el producto a un precio de \$2000.00 (62%). Aunque, cabe mencionar, que el hecho de ser un producto “artesanal”, lo hace más atractivo para el consumidor (94%).

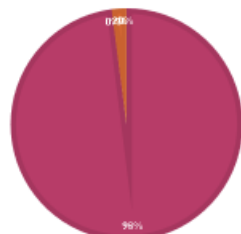
¿Comprarías el producto a \$2000.00?



■ Muy probable ■ Probable ■ Poco probable ■ Muy improbable ■ No lo sé

EL HECHO DE PROVENIR DE UNA EMPRESA ARTESANAL HACE EL PRODUCTO...

■ Más interesante ■ Menos interesante ■ Ni más ni menos ■ No lo sé



CUESTIONARIO VIRTUAL

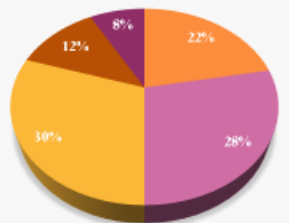
A público Francés
Primera Fase:
Cuantitativa



Cuestionario Virtual

Se encuestaron 100 franceses de 30 a 54 años encuestados, 68% son mujeres y 32% hombres.

Edades



30-34 35-39 40-44 45-49 50-54

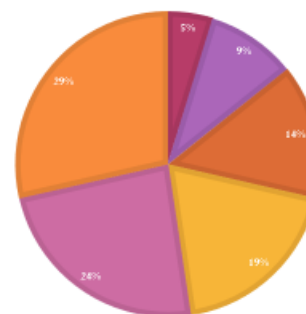
GENERO DE PERSONAS ENCUESTADAS

Hombre Mujer



CALIFICACIÓN DEL PRODUCTO

1 2 3 4 5 6



El público francés dio una calificación promedio del producto de 5.3, dónde 6 es "muy interesante" y 1 "nada interesante"

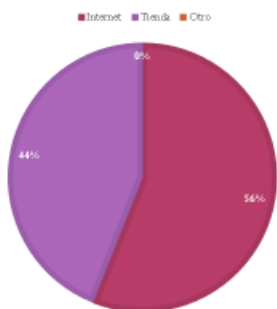
CARACTERÍSTICAS ATRAYENTES DEL PRODUCTO

Funcionalidad Facilidad de uso
De moda Ninguna de las anteriores
Otra variable

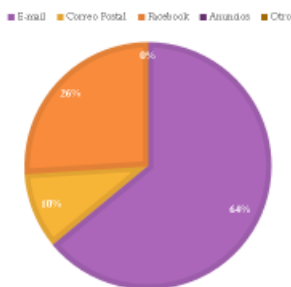


El 95% de los encuestados en Francia, consideran que el producto es atractivo por su "funcionalidad".

LUGAR PREFERENTE DE COMPRA

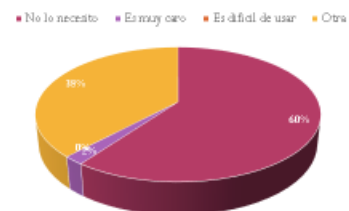


MEDIO DE RECEPCIÓN DE INFORMACIÓN DE LA MARCA



En los resultados a la preferencia de lugar de compra del producto en Francia, el 56% dijo "Internet" lo cual es muy cercano al resultado de los que prefieren en "tienda" 44%, lo cual muestra que en la cultura francesa sigue bastante presente el consumir de manera presencial. El 64% de los encuestados prefieren recibir información vía e-mail, mientras solo 26% vía facebook.

CARACTERÍSTICAS QUE NO LE ATRAEN DEL PRODUCTO



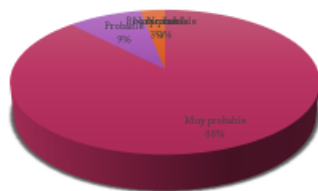
Probabilidad de comprar el producto



El 60 % de los consumidores encuestados, dicen que "no necesitan el producto", de los restantes 38% pusieron "otra" y de esos la mayoría puso como comentario que no les gusta que esté únicamente destinado a "la playa" pues la mesa pudiera enterrarse en la tierra para ser utilizada en las casas del campo. El 43% de los encuestados comprarían el producto "dentro de un tiempo".

Para el público francés de 30 a 54 años, es “muy probable” que consuman el producto a un precio de 120.00€.
Cabe señalar, que el hecho de ser un producto “artesanal”, lo hace más atractivo para el consumidor (98%).

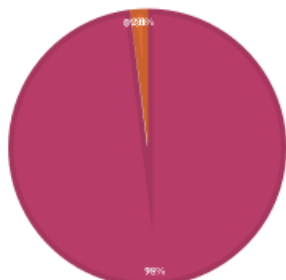
¿Comprarías el producto a 120.00€?



■ Muy probable ■ Probable ■ Poco probable ■ Nada probable ■ No lo sé

EL HECHO DE PROVENIR DE UNA EMPRESA ARTESANAL HACE EL PRODUCTO...

■ Más interesante ■ Menos interesante ■ Ni más ni menos ■ No lo sé



FOCUS GROUP



Segunda Fase:
Cualitativa



Fase 1

Titulo	De la perspectiva del consumidor hotelero sobre el nuevo producto Karpastado
Observaciones	Los asistentes describen el prototipo de la empresa, como un producto creativo, funcional y con un diseño acorde a la cultura mexicana. Creen que para el almacenaje de las mesas por la noche, sería interesante crear una pieza para proteger el pico (que se entiera en la arena), para así evitar accidentes. El peso del producto es proporcional a su resistencia, y por lo tanto no es un problema, es comodo de colocar en la arena y distintivo del resto de las mesas de playa plegables y poco estables.
Observaciones adicionales	Alegres al descubrirlo, comodios, claros al opinar e interesados por el producto.



Fase 2

Titulo	De la decoración de hoteles con productos artesanales mexicanos
Observaciones	Los participantes creen que uno de los elementos claves del "encanto" de los hoteles hacia sus clientes, es su decoración. Por lo tanto, si se habla de los hoteles en México, es importante tener una decoración mexicana, de artesanos mexicanos, que reflejen la cultura del país, para así marcar la mente del consumidor con el arte visual dentro del espacio. Además, mencionan, que esto promueve los mismos productos, lo que invita a los clientes a buscar consumirlos, ayudando así a los artesanos nacionales.
Observaciones adicionales	Seguros de sí mismos y sus opiniones, comenzó un debate agradable y se enriquecieron las ideas entre ellos. Se comenzó a crear un ambiente de confianza entre diálogos más naturales.



Fase 3

Título	Del tamaño y altura de las mesas de playa propuestas por Karpastado
Observaciones	Todos Consideran que la altura es adecuada, si se coloca al lado de las sillas de playa, pues es de comodo acceso para los vicitantes. El diametro de la mesa (50cm), a algunos les pareció bueno, pues por lo general se colocan bebidas o botanas y no se necesita tanto espacio. Por otro lado, los que ofrecen servicio de restauración, piensan que pudiera haber otro modelo un poco más grande y tal vez un poco más alto, para las personas que deseen comer frente a la orilla de mar.
Observaciones adicionales	El ambiente comenzó a ser amigable, aunque algunos participantes tenían ideas diferentes, el fin era el mismo, lo que hizo que se mantuviera una buena escucha y actitud.



Fase 4

Título	De su interés por colocar mesas Karpastado de playa frente a sus hoteles
Observaciones	Ellos están dispuesto a innovar frecuentemente sus Hoteles, contando con distintivos que atraigan la atención de sus clientes y marquen su atención. Piensan que la mayoría de los turistas que frecuentas Hoteles con vista al mar, buscan pasar tiempo comodo en la arena contemplando las olas y la brisa, por lo que es importante ofrecerles comodidad. Los participantes opinan, que las mesas Karpastado, tienen una excelente estabilidad, a diferencia de la mayoría de las mesas utilizadas sobre la arena, además de tener su toque mexicano, por lo tanto están interesados en colocar "mesas Karpastado de playa", frente a sus hoteles. Por otro lado, el prototipo, no cuenta con la posibilidad de colocar una sombrilla, a lo que dos de los participantes agregaron que si les gustaria verla con la sombrilla.
Observaciones adicionales	Las respuestas fueron fluidas y concordaron con la información previamente proporcionada. Se mostró interés en el producto.



Fase 5

Titulo	De las recomendaciones de los participantes
Observaciones	Los participantes creen, que el producto debe enfocarse al mercado Hotelero mexicano, y que pudieran ofrecerse diseños variados, no únicamente líneas de colores inspiradas al diseño del tradicional "trompo", pudieran agregarse grecas o dibujos precolombinos en el centro. Se propone idear un "estuche", para guardar la mesa y poder protegerla así como facilitar su traslado, visto que es un producto que debe quitarse y ponerse todos los días. Uno de los participantes propuso, que se buscara hacer la mesa plegable, para reducir su espacio al momento de ser guardado o transportada, además de darle valor para su venta a particulares.
Observaciones adicionales	Los colaboradores se sentían orgullosos de ser privilegiados, al ser de los primeros en conocer el prototipo del nuevo producto de la empresa, además de haberse sentido parte del proyecto al dar sus ideas al final.



Conclusiones de Focus Group:



- Los expertos en hotelería que participaron mostraron interés en el producto y se sintieron cómodos.
- Dieron su opinión sobre la posibilidad de ofrecer otros tamaños, para adaptarse a las necesidades de los clientes.
- Enfatizaron el hecho de hacer una pieza con sombrilla, para que sea más atractiva y funcional.



Recomendaciones para Karpastado

Después de terminar la investigación podemos hacer las siguientes recomendaciones a la empresa:

- A nivel nacional, enfocarse en un inicio al mercado hotelero.
- Al dirigirse al mercado francés, ofrecer el producto como “mesa estable para enterrarse en tierra o arena, ideal para el campo o la playa”.
- Mejorar el producto, en cuanto a su oferta de tamaños, diseños y la posibilidad de colocarle sombrilla.

Análisis de los resultados

Se ha estado trabajando hasta ahora con la empresa Karpastado, en relación a la nueva propuesta de producto “Mesa tachuela”, la cual ha sido pensada para ser clavada en la arena (para zona de playa) o en la tierra (en zona de campo).

Sé llevaron a cabo tres estudios, dos estudios de mercado, a través de una encuesta dirigida de manera paralela al público nacional y al francés. Por otro lado, se llevó a cabo un FOCUS GROUP, a expertos en hotelería con el fin de conocer su opinión sobre el primer prototipo.

Se procesaron los resultados, analizaron y se llegó a varios puntos de gran utilidad para seguir con el proyecto:

- El público nacional (particular) concerniente para dirigir el producto, sería personas de clase media alta a alta, con casa vacacional.
- Para el público francés, es necesario dirigir el producto con más énfasis al campo, por la cultura de sus habitantes, no obstante, también pudiera haber interesados para colocarlo en zona de playa.
- El público principal a cautivar con el nuevo producto sería el sector hotelero y restauranero de la playa y del campo.
- Para mejorar el producto, según los comentarios de los encuestados, sería bueno colocarle una sombrilla, ponerle más diseño a la pintura y colocarle una funda por lo menos al pico de la base por protección.

Se planea utilizar estos resultados para realizar el proyecto de manera exitosa, pues es de suma importancia tomar en cuenta el punto de vista del cliente meta, para así lograrlo satisfacerlo.

2. Propuesta del proyecto de intervención

Mesa Tachuela:

Se ha estado trabajando hasta ahora con la empresa Karpastado en el diseño y elaboración de prototipos de una mesa para enterrar en arena o tierra, esta cuenta con una excelente estabilidad, un tamaño adecuado y un diseño único.



Costo de fabricación de prototipo (por pieza):

Concepto	Costo
Estructura metal	\$450.00
Base madera	\$250.00
Pintura y barniz	\$45.00
Tornillos	\$5.00
Mano de obra	\$400.00
Costo promoción	\$100.00
Costo fijo	\$200.00
Funda	\$100.00
TOTAL	\$1,500.00



Fuente: Universidad Intercontinental (2010, p. 18).

La empresa Karpastado, tiene costos manufactureros de \$1,500.00 MNX o 65.1137€ Euros. Es una micro empresa del giro de la artesanía que tiene un canal de distribución de dos niveles, entre el fabricante y el consumidor final se encuentran un mayorista y un minorista en el mercado nacional. El mayorista que se encarga de pagar los costos de descarga de la mercancía, cuyo importe es también de 65.1137€ dólares. Este mayorista trabaja con un margen de intermediación del 35% que aplica sobre el costo de la mercancía. El mayorista aplica un 50% del margen de intermediación sobre el costo del mayorista.

Costos logísticos

- Obtención del precio al menudeo:

Manufactura: 65.1137€

Margen de mayorista: 35% sobre el costo

Margen minorista: 50% sobre el costo

- Calculo margen del mayorista

$$(65.1137) \cdot (0.35) = 22.79$$

- Calculo del margen del minorista

$$(65.1137 + 22.79) \cdot (0.5) = 87.90 \cdot .5 = 43.95$$

- Calculo de precio al menudeo

$$(65.1137) + (22.79) + (43.95) = \boxed{131.85}$$

Así, el precio al menudeo para la mesa cuadrada de Karpastado será de 131.85€ Euros, o bien \$3,036.93 MXN de acuerdo con este método.

Utilidad esperada

Karpastado desea tener un margen de ganancia de \$500.00 pesos por pieza, lo que da un valor de 21.71€ Euros, lo cual debe añadirse al precio al menudeo, lo que daría un valor de (131.85+21.71) 153.56€ o bien \$3,536.93 MXN.

Precio final para el consumidor final

El precio final para el consumidor final, sería entonces de:

- **153.56€**
- **\$3,536.93 MXN**

[Lo anterior toma en cuenta el intermediario que realiza la venta, por ahora la venta nacional será directa, por lo cual el precio sería: \$1,500.00 (costo de fabricación) + \$500.00 (ganancia)= \$2,000.00]

Por ser un producto Nuevo, se aplicará un “precio de introducción”, este precio debe ser más bajo para atraer al máximo número de compradores.

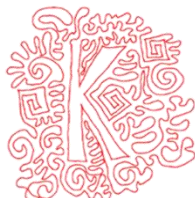
El precio de introducción del producto será:

México	Francia
\$2000.00	120€

El precio es bajo a comparación de su competencia indirecta, pues además de ser un producto autentico que no existe como tal en el mercado, es un producto artesanal, lo cual de da valor agregado a la pieza, además de ofrecer la opción de colocar una sombrilla.

PROYECTO DE INTERVENCIÓN

Empresa: Espejos Originales de Karpastado



PROPUESTA DE INNOVACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EN EL MERCADO NACIONAL Y FRANCÉS:

La empresa “Karpastado”, se dedica a la creación y comercialización de marcos, mesas, joyeros y accesorios artesanales, dentro del territorio nacional e internacional.

La empresa, actualmente, realiza mesas plegables, con diseños coloridos, precolombinos y especiales. De lo cual surgió la idea de innovar ese producto, para destinarlo a su público más interesante “la industria hotelera”, así como particulares de clase media alta a alta. Se estudió y analizó la idea, hasta llegar a una mesa que se clava en la tierra o arena, manteniendo una excelente estabilidad.

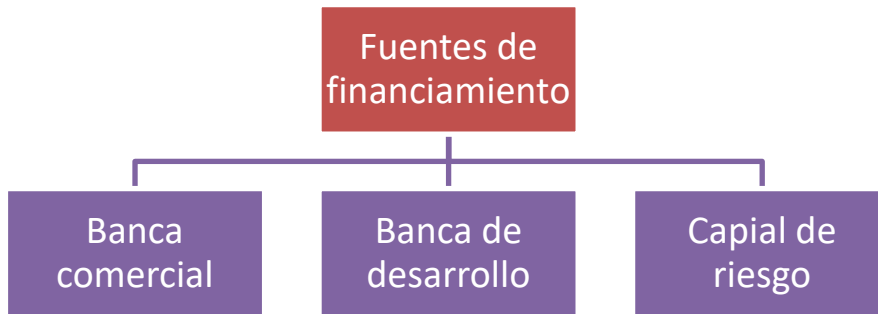
Se prevé, llevar la propuesta a Francia, para mostrarla e intentar comercializarla, proponiéndola allá principalmente como “mesa para la casa del campo”.

Para ello, realizamos con la empresa una investigación del mercado meta, aplicada al mercado nacional y francés (de manera paralela), así como la consultación de un agente aduanal para conocer todos los requisitos de la posible exportación del nuevo producto de la empresa.

Descriptivo del presupuesto requerido

Concepto	Cantidad
Estudio de mercado nacional e internacional	\$2,000.00
Honorarios de agente aduanal	\$1,500.00
Traducción de etiquetas	\$1,000.00
Empaque y embalaje para exportación	\$600.00 por pieza
Video explicativo y publicitario del producto	\$3,000.00
Costo fabricación de prototipo	\$1,500.00 por pieza
Promoción y publicidad por redes sociales	\$1,800.00
Mano de obra	\$500.00 por pieza
Costos fijos	\$10,000.00
Total	\$21,900.00

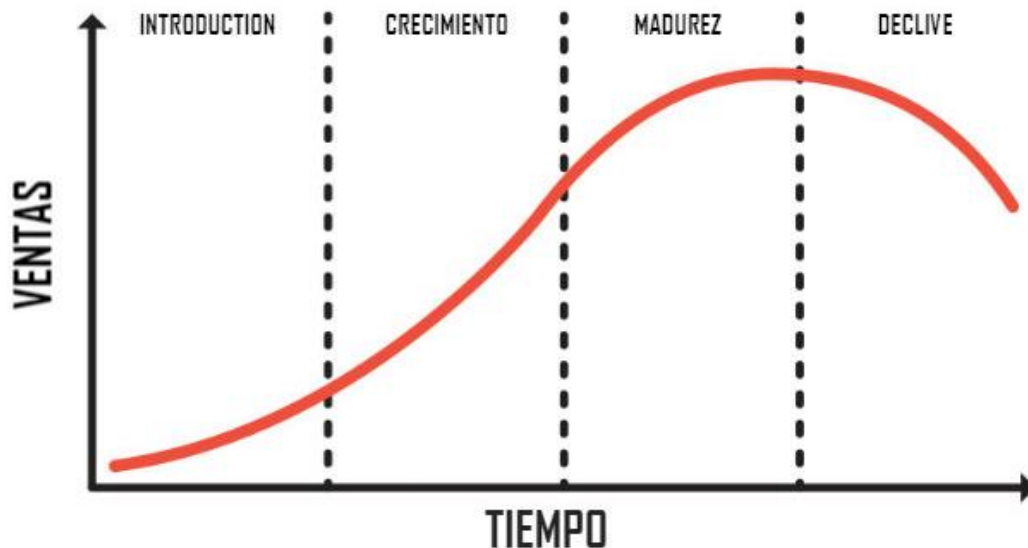
Fuentes de financiamiento



Ciclo de vida del producto

- ✚ Porque invertir: Porque la empresa necesita expandir su mercado.
- ✚ Para que invertir: Para ampliar el mercado meta de nacional a internacional, aumentando las ventas y las ganancias de la empresa.
- ✚ En que invertir: En realizar estudios de mercado para el éxito de la introducción del nuevo producto, así como en los tramites aduanales, incluyendo empaque, embalaje y etiquetado que permitan facilitar su exportación.
- ✚ Cuanto invertir: \$21,900.00
- ✚ Como invertir: Con autofinanciamiento
- ✚ Donde invertir: En México y Francia
- ✚ Cuanto invertir: \$21,900

El financiamiento más adecuado para este proyecto, es a través de autofinanciamiento, puesto que la cantidad no es tan elevada, además se cuenta con apoyos gratuitos por ser un proyecto.



➔ Para el caso de “la mesa tachuela”, por ser un nuevo producto, nos encontramos en la parte de introducción.

La misión, visión, objetivos, políticas, estrategias, valores

Misión: Crear piezas únicas y creativas que reflejen la cultura precolombina y los colores de México, para comercializarse a nivel nacional e internacional dando un toque especial a los espacios.

Visión: Ser líderes en distribución dentro del territorio nacional y expandirnos al territorio internacional satisfaciendo primero a la clientela francesa y posteriormente del resto del mundo.

Objetivos: Promover nuestro nuevo producto "Mesa tachuela", satisfaciendo nuevos clientes adaptándonos a su cultura y necesidades ofreciendo siempre un excelente servicio.

Políticas: Fiabilidad, eficacia, calidad y servicio.

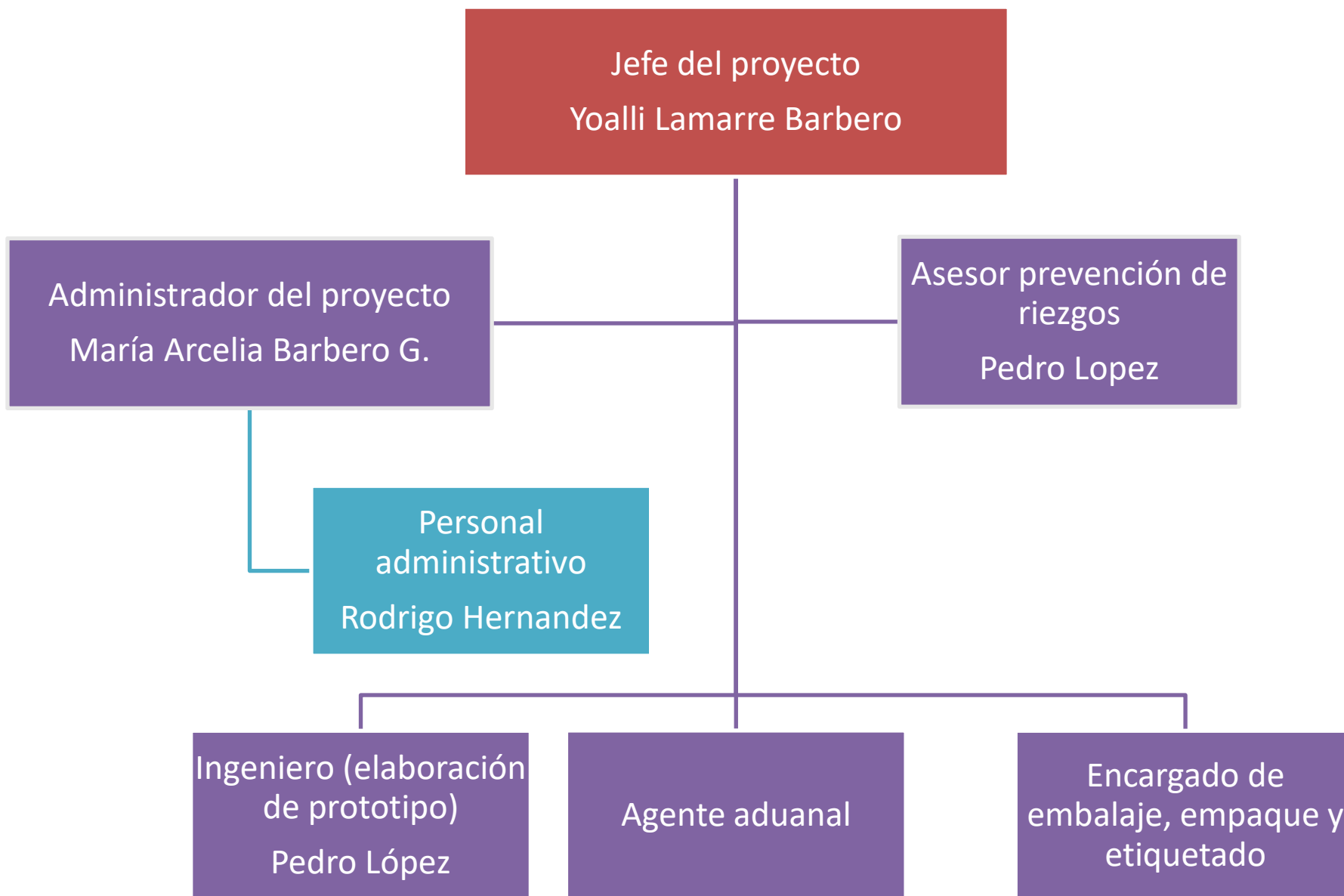
Estrategias: Realizar estudios de mercado fiables, permitiéndonos entrar al territorio francés de manera exitosa, logrando así cautivarlos y en un futuro fidelizarlos.

Valores: Honestidad, Responsabilidad, Compromiso y Lealtad.

Análisis FODA

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser el único en producir este producto. • Poseer un producto de calidad a precio competitivo. • Estar legalmente establecidos 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios elevados para el mercado nacional (por ser artesanal) • Poco personal en la empresa
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agrandar el mercado meta • Posibilidad de apoyos gubernamentales (emprendedores) 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aduanas • Corrupción • Economía • Desempleo

El organigrama, funciones y actividades



Descripción de los puestos:

Puesto	Descripción
Jefe de proyecto	Encargado de llevar a cabo el proyecto y de comunicar entre los implicados en el proyecto, así como informar al personal de la empresa sobre los avances.
Administrador del proyecto	Se encarga de dirigir, planear, organizar y controlar el proyecto.
Asesor de riesgo	Encargado de controlar los avances del proyecto previniendo cualquier riesgo posible durante la planeación.
Personal administrativo	Asisten al administrador con las tareas a realizar.
Ingeniero encargado de elaboración de prototipo	Diseño y elaboración de prototipo para mostrarlo y realizar pruebas de mejora.
Agente aduanal	Asesoría sobre todo lo necesario para exportar el producto, así como pago de aranceles.
Encargado de Empaque, embalaje y etiquetado	Encargado de traducir etiqueta, colocar información adicional requerida, empacarlo según los estándares y protegiendo el producto para que llegue intacto a su destino.

Elementos obtenidos para la resolución del problema prototipo

Hasta ahora, me he dado cuenta, que, para realizar un proyecto, no basta con imaginarlo, es claro que hay que pasar por una serie de etapas, las cuales son los elementos para la resolución del problema prototipo que he estado trabajando, tales como:

- ✚ Ideas para el surgimiento del proyecto
- ✚ Análisis de las oportunidades al invertir
- ✚ Elegir la fuente de financiamiento más adecuada
- ✚ Calendarizar las etapas del proyecto
- ✚ Realizar un estudio administrativo

Mercados seleccionados

El nuevo producto “Mesa tachuela”, propuesto por la empresa Karpastado, va dirigido a dos mercados, por un lado, al mercado nacional y por otro al mercado francés.

Mercado nacional	Mercado francés
<p>Introducir el producto al mercado nacional, dirigiendo la promoción principalmente al público hotelero (sin dejar de lado al público particular, que, aun siendo menor, tiene su importancia).</p> <p>Se ha estado negociando con un hotel en la costa jalisciense para introducir el nuevo producto de manera física.</p>	<p>Analizar el mercado, buscar una galería para exponer una pieza y promoverlo de esa manera a un público particular (para su casa de playa o de campo).</p>

El bloque comercial que se tomará en cuenta, para la posible comercialización del producto en el mercado francés, sería la unión europea. A continuación, se describen en la siguiente tabla elementos principales de este bloque comercial.

<p style="text-align: center;">En Europa Unión Europea</p> 	
<p>Comercio entre el bloque comercial y el resto del mundo.</p>	<p>El comercio mundial se basa en las normas establecidas por la Organización Mundial del Comercio. Sus normas contribuyen a garantizar que los acuerdos y obligaciones comerciales entre los países sean abiertos y justos.</p> <p>La política comercial de la UE se hace exclusivamente en el nivel de la UE. La Comisión, en nombre de la UE, negocia los acuerdos según las normas de la OMC y colabora estrechamente con los gobiernos nacionales y el Parlamento Europeo. El objetivo es mantener en pie el sistema mundial y permitirle adaptarse a los cambios que se producen en todo el planeta.</p>
<p>Beneficios económicos y/o comerciales.</p>	<p>La Unión europea, tiene la ventaja de ser una unión de varios países, por lo general desarrollados, entre los cuales el flujo entre fronteras es libre. Por lo tanto, al comercializar con la Unión europea existen diversos beneficios económicos y comerciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrar a una zona de libre comercio • Incrementar la variedad de bienes

- Marco jurídico estable para las exportaciones y la inversión relacionada con el comercio
- Acceso a mercado de más de 500 millones de habitantes en 28 países
- Unión aduanera (mercado único) -consumidores distintos-
- Mayor importador mundial (31%) / mayor importador de productos agrícolas y alimentos (35% mundial)

Efectos estáticos

La Unión Europea es la primera potencia comercial del mundo con el 16.5% de las importaciones y exportaciones mundiales.

País	Exportaciones	Importaciones	Total	Balanza comercial
Estados Unidos	362 153	247 826	609 979	+114 327
China	170 083	344 468	514 551	-174 385
Suiza	142 455	121 669	264 123	+20 786
Mundo	1 745 247	1 708 318	3 453 564	+36 929

Fuente: Comisión Europea, 2017.

País	Entradas de IED	Salidas de IED
Unión Europea	37,8 %	48,0 %
Estados Unidos	33,3 %	37,7 %
China	7,3 %	6,3 %
Canadá	4,6 %	7,0 %
Japón	1,0 %	7,8 %

Fuente: Cálculos de la DG de Políticas Exteriores del Parlamento Europeo basados en los datos de la Comisión Europea.

Efectos dinámicos

el entorno de inversión está mejorando por fin y se prevé un repunte en 2018: en general, se espera que las inversiones aumenten un 3,3% este año, un 3,1% en 2017 y un 3,5% en 2018. Asimismo, pronostican que disminuya la deuda pública de la zona euro del 91,6% en 2016 al 89,4% en 2018.

En general, la inflación en la zona del euro se espera que suba de un 0,3 % en 2016 a un 1,4 % en 2017 y 2018.

Satisfacción de las necesidades de los consumidores

Es necesario mencionar en este punto, que el nuevo producto ofertado por Karpastado, no es un producto de primera necesidad, por lo cual la satisfacción de las necesidades de sus clientes se evalúa más bien por sus deseos.

“En Marketing, debe de interesarse la satisfacción de las necesidades o deseos de los consumidores, de conformidad con las definiciones de necesidades y deseos, así como el grado de libertad que se brinde a los clientes potenciales en la toma de sus decisiones de compra.” (Marketing, séptima edición, Kerin, Berkowitz, Hartley y Rudelius, P.14)

Definiciones:

- Una necesidad existe cuando la persona se siente privada fisiológicamente de necesidades básicas, como las de alimento, abrigo y cobijo.
- Un deseo es una necesidad sentida, que se forma con los conocimientos, cultura y personalidad del sujeto.

Como pudimos analizar posterior a los estudios realizados, buscamos satisfacer las “necesidades sentidas” de los clientes que buscan una mesa para colocar en la arena o en la tierra y que esta cuenta con gran estabilidad. El prototipo de la mesa, está diseñado principalmente como mesa baja con un parasol, entre dos tumbonas, para poder colocar bebidas, botana, libros, etc...

Por lo mismo, dentro de estas necesidades de los consumidores, se desea satisfacer los siguientes puntos:

- ➔ Ofrecer un diseño artesanal único
- ➔ Comodidad
- ➔ Estabilidad
- ➔ Autenticidad
- ➔ Calidad
- ➔ Precio

Factores controlables de la mezcla de marketing

En esta etapa, en Karpastado buscaremos los pasos para satisfacer las necesidades. Para ello se realizará un programa de marketing completo para llegar a los consumidores con una combinación de cuatro herramientas (llamadas usualmente las 4P's):

- **Producto:** El bien servicio o idea para satisfacer las necesidades de los consumidores.
- **Precio:** Lo que se intercambia por el producto.
- **Plaza:** Un medio para hacer llegar el producto a las manos de los consumidores.
- **Promoción:** Una forma de comunicar entre el vendedor y el comprador.

[Definiciones extraídas del libro "Marketing, séptima edición", de Kerin, Berkowitz, Hartley y Rudelius, P.16]

Mezcla mercadológica de la "mesa tachuela":

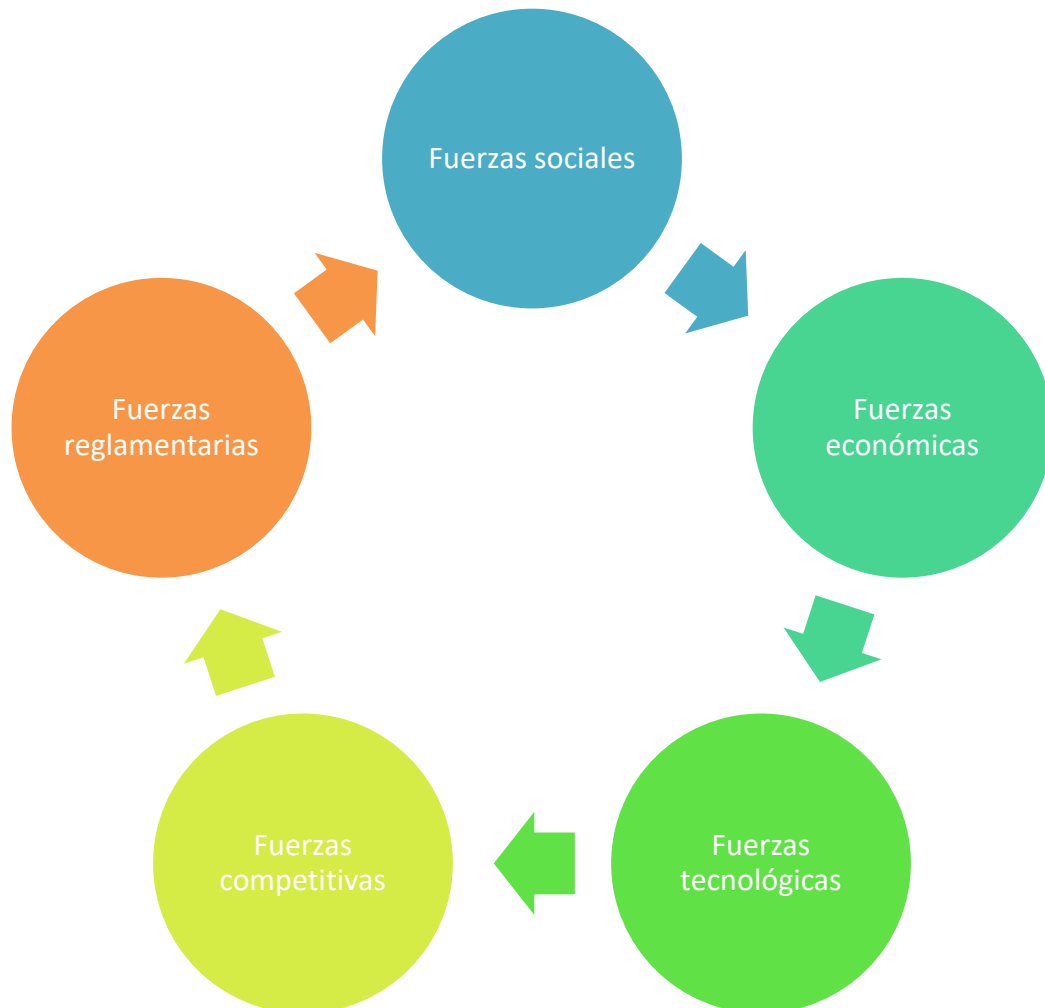
Mezcla mercadológica	Para el mercado nacional	Para el mercado francés
Producto	Mesa tachuela	Table à planter
Precio	\$2,000.00	120€
Plaza	Directamente con fabricante, redes sociales, tiendas de distribución, flyers informativos, lonas.	Promocionar prototipo en galería Arte Viva en París (Levalois). Redes sociales, flyers informativos, lonas.
Promoción	Promociones por lanzamiento	Promociones por lanzamiento

Para lograr los puntos anteriores, se planea elaborar un vídeo informativo sobre el nuevo producto, promocionarlo vía Internet (redes sociales, pagina web, e-commerce).

- ➔ En México, se ha logrado comercializar el primer prototipo (sin sombrilla), en el hotel PEIX en Sayulita, Jalisco.
- ➔ En Francia, estamos en negociaciones con una galería en París (LEVALOIS) ARTE VIVA, para su promoción y exposición futura.

Factores ambientales incontrolables

Existen muchos otros factores, que están más allá del control del departamento de marketing de una empresa. Se pueden dividir en cinco grupos [Según el libro “Marketing, séptima edición”, de Kerin, Berkowitz, Hartley y Rudelius, P.17]:



En la empresa Karpastado, se tomarán en cuenta estos factores en los dos mercados seleccionados, para lograr exitosamente la introducción del producto en el mercado meta.

Alcances y limitaciones en la implementación del proyecto de Karpastado

Alcances	Limitaciones
<p>En Karpastado, se ha desarrollado una propuesta de producto innovador para su lanzamiento en el mercado nacional y francés.</p> <p>Se realizaron diversos estudios a los mercados seleccionados, de lo cual se pudo analizar la viabilidad del proyecto.</p> <p>Se ha logrado lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la aceptación del producto por parte del público meta. • La venta del producto (primera presentación) a un hotel en la costa jalisciense. • Rediseñar el producto para satisfacer los deseos de los consumidores. • Negociaciones con galería en Francia para la exhibición de la pieza. • Proyecto de elaboración de portafolio de “oferta exportable” destinada a la posible exportación del producto en Francia. • Diseño de la publicidad para promover el producto. 	<p>Es claro que, de las principales limitaciones, se encuentran dentro de las cinco fuerzas mencionadas en el apartado anterior:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fuerzas sociales • Fuerzas económicas • Fuerzas tecnológicas • Fuerzas competitivas • Fuerzas reglamentarias • Fuerzas sociales <p>[Las cuales hacen parte de los aspectos incontrolables]</p> <p>Sin embargo, dentro de este proyecto, la gran limitante es el tiempo, sobre todo para la parte internacional, pues una planeación a esta escala, sobre todo de exposición es a mediano plazo. Por ello por el momento, se acordó con la galería de enviarles una lona con la imagen de la pieza, así como trípticos promocionales e informativos, que permitirán comenzar a dar a conocer el producto en Francia, acompañado claro, de promoción en la página web y redes sociales de la empresa dirigida al público de Francia (en francés).</p>

Boceto de tríptico



Dada vida a los espejos con Karpastado

Karpastado cuenta con una gran variedad de diseños acordes a todos los espacios...

Quiénes somos

Acerca de nosotros

Somos una empresa pequeña, con más de 20 años en el mercado, dedicada a la fabricación de marcos con espejo, joyeros, accesorios y mesas, con diseños creativos, mayormente inspirados en dibujos precolombianos y colores representativos de la cultura mexicana. Las piezas son artesanales, elaboradas por las manos de Arcelia Barbero con una técnica única y siempre en búsqueda de innovación.



Mesa Tachuela Karpastado

Hecho a mano en México, calidad, diseño y autenticidad

Maria Arcelia Barbero Gómez
Espejos Karpastado
RFC: 866A80027A06
Perifonearía # 469 Int. 7 Col. Americana
Guadalupe, Jal.
Tel: (0118) 3603234 Cel: 33 3520065



¿Por qué "mesa tachuela"?

La base metálica para enterrar tiene la forma de una tachuela y al ser plantada mantiene la misma estabilidad y firmeza.

¿Qué es la mesa tachuela?

Es una mesa que se entierra en arena o tierra, que logra mantener una excelente estabilidad, tiene posibilidad de colocarse una sombrilla, es ideal para el mar o el campo.

"¡Fácil de transportar, fácil de instalar, resistente y muy estable!"

Ideal para dar un toque distintivo al espacio

Al ser una pieza innovadora, multifuncional y artesanal, da un toque auténtico a los espacios.



Puede plantarse hasta en mojarra

Sólo es cuestión de colocar la mesa perpendicular a la superficie de tierra o arena donde desee colocarse y presionar hacia abajo para enterrar el pino, quedando así estable y lista para utilizarse.

Acerca de nuestros productos

Todas las piezas son elaboradas a mano, fondeadas, decoradas, montadas y laminadas por lo que son de alta calidad y larga durabilidad.

Para conocer más de Karpastado ingresar a :
<http://espejos-karpastado.com/>

Resumen de la propuesta del proyecto de intervención

Se llevará a cabo lo siguiente:

- Colocar piezas prototipo en Hotel Peix en Sayulita
- Se harán negociaciones con Galería Arte Viva en París, para mostrar la pieza.
- Se mejorará el prototipo
- Se Creará una funda para proteger y transportar la mesa
- Se diseñará un folleto informativo sobre la “mesa tachuela” de Karpastado
- Se diseñarán lonas con fotos de las mesas
- Se realizará un video informativo sobre la “mesa tachuela” de Karpastado
- Se promocionará el producto en la página web de Karpastado
- Se promocionará el producto vía redes sociales y correo electrónico
- Se realizará un portafolio de “oferta exportable”, para que en un futuro la pieza pueda comercializarse en Francia, tomando en cuenta todos los elementos necesarios.
- Se planearán las promociones por lanzamiento

3. Ejecución de proyecto

Hasta ahora se ha estado trabajando con un prototipo inicial de la propuesta de producto “mesa tachuela”, el cual fue colocado en un hotel en Sayulita, Jalisco, (modelo inicial en bruto sin modificaciones posteriores a estudio de mercado). A pesar de haber sido una pieza pionera, hay muy buenos comentarios por parte de los dueños del hotel y de los clientes.

Se han estado trabajando en los borradores de la promoción del nuevo producto, sin embargo, para poder realizar el diseño final de éstos, es necesario contar con las fotografías y videos finales realizados con el prototipo final, modificado con la ayuda de la opinión de las personas entrevistadas con nuestro estudio de mercado.

Boceto de tríptico (formato español)

Quiénes somos

Acerca de nosotros

Somos una empresa pequeña, con más de 20 años en el mercado, dedicada a la fabricación de marcos con espejo, joyeros, accesorios y mesas, con diseños creativos mayormente inspirados en diseños precolombinos y colores representativos de la cultura mexicana. Las piezas son artesanales, elaboradas por los maestros de Arcelia Barbero con una técnica única y siempre en búsqueda de innovación.

¿Qué es la mesa tachuela?

Es una mesa que se coloca en arena o tierra, que logra mantener una excelente estabilidad, tiene posibilidad de colocarse una sombrilla, es ideal para el mar o el campo.

“¡Fácil de transportar, fácil de instalar, resistente y muy estable!”

¿Por qué “mesa tachuela”?

La base metálica para enterrar tiene la forma de una tachuela y al ser plantada mantiene la misma estabilidad y firmeza.

¿Qué es la mesa tachuela?

Es una mesa que se coloca en arena o tierra, que logra mantener una excelente estabilidad, tiene posibilidad de colocarse una sombrilla, es ideal para el mar o el campo.

“¡Fácil de transportar, fácil de instalar, resistente y muy estable!”

Ideal para dar un toque distintivo al espacio

Al ser una pieza innovadora, multifuncional y artesanal, da un toque auténtico a los espacios.

¿Por qué “mesa tachuela”?

La base metálica para enterrar tiene la forma de una tachuela y al ser plantada mantiene la misma estabilidad y firmeza.

Mesa Tachuela Karpastado

Hecho a mano en México, calidad, diseño y autenticidad

Maria Arcelia Barbero Gómez
Espejos Karpastado
RFC: BAGA600127406
Periferia # 489 Int. 7 Col. Americana
Guadalupe, Jalisco
Tel: (0131) 36201234 Cel: 33 15200865

(formato francés)

Qui sommes-nous?

Nous sommes une petite entreprise, avec plus de 20 ans d'expérience, dédiée à la fabrication de cadres pour miroirs, portes bijoux, des accessoires et des tables. Tout cela avec des designs créatifs dans la plus grande part inspirés des précolombiens et des couleurs représentatives de la culture mexicaine. Les pièces sont artisanales, faites par les maîtres d'Arcelia Barbero avec une technique unique et en constante innovation.

¿Qué es la mesa tachuela?

Es una mesa que se coloca en arena o tierra, que logra mantener una excelente estabilidad, tiene posibilidad de colocarse una sombrilla, es ideal para el mar o el campo.

“¡Fácil de transportar, fácil de instalar, resistente y muy estable!”

¿Por qué “mesa tachuela”?

La base metálica para enterrar tiene la forma de una tachuela y al ser plantada mantiene la misma estabilidad y firmeza.

¿Qu'est qu'une Table Plantable?

C'est une table qui se plante dans la terre ou dans la mer, qui maintient une stabilité excellente, en plus de la possibilité de lui mettre un parasol, elle est idéale pour le bord de mer ou la campagne.

“¡Facile à transporter, facile à installer, résistante et avec beaucoup de stabilité!”

Idéal pour donner un touche distinctif à votre espace

Al ser una pieza innovadora, multifuncional y artesanal, da un toque auténtico a los espacios.

Table Plantable

Fait à main en Mexico, qualité, design et authenticité

Maria Arcelia Barbero Gómez
Espejos Karpastado
RFC: BAGA600127406
Periferia # 489 Int. 7 Col. Americana
Guadalupe, Jalisco
Tel: (0131) 36201234 Cel: 33 15200865

Nombre del producto

Español

En un inicio, la idea era poner como nombre “mesa plantable”, sin embargo, éste iba a ser complicado de justificar, pues “plantable” sería un modismo, pues no existe en el diccionario de la real academia española:

Escriba las palabras clave.

▶ Búsqueda avanzada

Su búsqueda no produjo resultados

Verifique que las palabras estén bien escritas.
No encierre la frase entre comillas si desea buscar por cada palabra individualmente. *fabulosa búsqueda* generalmente devolverá más resultados que *"fabulosa búsqueda"*.
Considere relajar su búsqueda con OR. *fabulosa OR búsqueda* generalmente devolverá más resultados que *fabulosa búsqueda*.

(<http://www.rae.es/search/node/plantable>)

Posteriormente, se estudió la forma de la mesa, la cual analizamos que era muy similar al de una tachuela, además de tener la misma finalidad de ser plantada:



Por lo tanto, dejamos como nombre del producto:

Mesa Tachuela

Francés

Cuando buscamos traducir el nombre, al idioma francés, nos enfrentamos a diversos problemas, puesto que tachuela se dice “punnaise”, que además de no sonar agradable al oído, también significa “chinche”, así que lo primero que se le vendría a la mente a los franceses, sería una chinche, lo cual no es muy agradable.

Después de un largo análisis, se decidió, seguir con la primera idea que se tenía en español “mesa plantable”, puesto que en francés si existe esa palabra y el nombre es más agradable y fácil de retener, además de describir perfectamente el producto. Por lo tanto, en francés el nombre del producto será:

Table Plantable

Ideas de diseño en nombre:

Dentro de los borradores de diseño, se analizó, que el nombre del producto tanto en francés cómo en español, tiene (en distinta palabra) la letra “T” al inicio, la cual puede ser formada por la misma mesa, la cual en perpendicular al suelo pareciera dicha letra.

Esto se está realizando con la ayuda de una diseñadora gráfica, para llegar a un buen diseño atractivo para el consumidor final.

Negociaciones con Galería en Francia

Se han estado realizando negociaciones vía telefónica y a través de correo electrónico con Françoise Hauters, dueña y encargada de Galería “Arte Viva” en Paris (Levallois):



Realización de prototipo final

Al inicio, se realizó un prototipo únicamente en base a las ideas internas de la empresa y con ayuda de un ingeniero (también herrero) el cual nos ayudó con el diseño de la parte metálica que se entierra.

Posteriormente, realizamos un estudio de mercados, con ayuda de una encuesta en español y en francés, para conocer la opinión de los dos públicos y saber a quién dirigir el producto y obtener opiniones sobre posibles modificaciones, entre ellas:

- Colocarle una sombrilla
- Variación de tamaños
- Colocarle una funda y protección en la punta para su transporte
- Colores vivos y sobrios

Se realizaron vídeos y fotografías de todo el proceso de elaboración de la mesa.

Proceso de elaboración de prototipo:



- Fondear la base de madera
- Humedecer la base de madera (seca)
- Colocar en torno
- Primera capa degradados
- Segunda y tercer capa colores predominantes
- Hacer agujero en centro para colocar sombrilla
- Montar la base metálica con la de madera y colocar sombrilla

Diseño de funda

Se ideó un diseño de funda con asa para la comodidad de su transporte, que la proteja:

- Pelota antiestrés para enterrar el pico y que no sea peligroso en su transporte
- Material acolchonado que amortigüe
- Colores que contrasten con la mesa
- Etiqueta de tela

Sesión de fotos y vídeo (programada)

El sábado 10 de marzo del 2018, se realizará la primera sesión de fotos y video del prototipo final, ambientado para su publicidad, en diferentes locaciones.

El sábado 17 de marzo, se realizará la toma de vídeo de la elaboración de la base metálica en la locación del herrero.

Mesa tachuela (prototipo terminado)



Un diseño de Yoalli Lamarre elaborado por Arcelia Barbero para Karpastado.

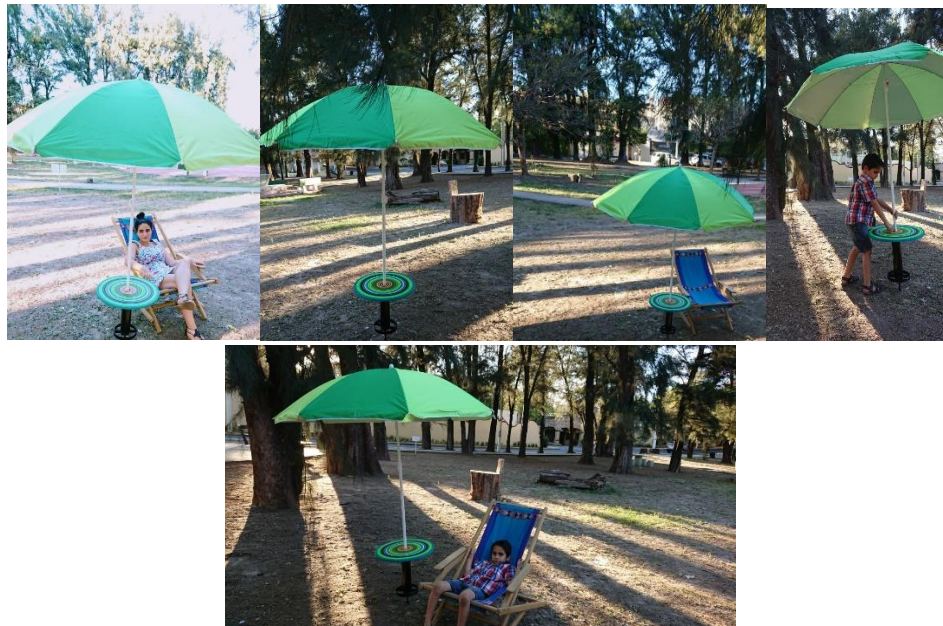
4. Supervisión del proyecto

En la ejecución del proyecto, se realizaron borradores de los bocetos publicitarios tanto en francés como en español, así como la negociación con una galería en Francia para promocionar el producto y poder presentarlo dentro de la galería. Además, se elaboró el prototipo definitivo con la sombrilla.

Los avances del proyecto

- Toma de fotografías de la mesa tachuela para el diseño publicitario
- Toma de vídeo de la elaboración de la pieza y demostración de cómo colocarla
- Elaboración de “portafolio de exportación” para la posible exportación del producto al país de destino “Francia”.
- Diseño publicitario: Tríptico y lonas (francés y español)

Fotografías de mesa tachuela (publicitarias)



1. Definición de mercancía exportable

Esquema de país de origen
Emplea y emite el código país de origen
Certificación de nacionalidad en un formato

2. Emisión:

Control
Aduanas
Fiscal Internacional

3. Resultado:

Recepción de póliza
Repositorio INCOTERMS
Inscripción de Comodato

4. Firma de comprobante

Emplea y emite el código de mercancía exportable y comprobante
Seguimiento de proceso y cobro de mercancía exportable

Sistema aduanero del comercio internacional

Todo país impone control a la importación y exportación de mercancías, pero sobre todo, al comercio internacional. Los organismos internacionales como la Organización Mundial de Comercio, la Organización Mundial de Aduanas o la Oficina de Comercio Internacional, los dos primeros gubernamentales y el tercero de carácter privado, la manera en que imponen las regulaciones aduaneras y no aduaneras a sus importaciones y exportaciones se aplica de manera similar en México, siguiendo lineamientos comunes en cuanto a mantener en la aduana, mientras que los estándares de comercio internacional.

Cuando una empresa como **COMEX S.A.**, desea exportar su producto, el receptor que tenga un comprobante hacia el territorio extranjero del comercio exterior, para dar de alta el bien que lo va a exportar.

Hay una documentación necesaria para que la empresa exportadora exporte, la misma es la siguiente:

Documentos:

Artículo 36 de la Ley Aduanera del Comercio Exterior

Constará con los siguientes títulos y el estado de operaciones aduaneras en el territorio aduanero para las mercancías que están prohibidas de importarse y exportarse en México. Asimismo es de suma importancia tener la Expediente Único para Comercio Exterior, en donde se puede documentar los movimientos de los comerciantes de bienes. Bases fiscales más de 10 años, con el objetivo de tener todo en orden y listo cuando las autoridades lo soliciten mediante una auditoría electrónica, como lo menciona el artículo 36 de la Ley Aduanera.

1. Declaración de exportación: se elabora después de lo establecido en el artículo 36 de esta ley.

2. El receptor, en su caso, cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías:

a) Los documentos que consten el cumplimiento de regulaciones y restricciones no aduaneras a la exportación, que se hubieren impuesto de acuerdo con la Ley del Comercio Exterior, desde que se les hubiere otorgado el trámite oficial de la federación y se identifiquen en Minutor de la mercancía exportada y de la nomenclatura que les corresponde conforme a la tabla de la Ley del Impuesto General de Exportación.

3. Factura o cualquier documento que exprese claramente el valor comercial de las mercancías:

4. Documento que conste el cumplimiento de las regulaciones o restricciones no aduaneras para las mercancías:

Documento expedido por el SAT

5. Expediente Único para Comercio Exterior: que contiene la información necesaria para identificar las mercancías.

Esquema de país de origen y identificación de la mercancía

Expediente Único para Comercio Exterior

6. Carta de encargo para dar seguimiento al agente aduanal, con su agente y expediente Único:

2. Definición de mercancía exportable

Esquema de país de origen
Emplea y emite el código país de origen
Certificación de nacionalidad en un formato

3. Emisión:

Control
Aduanas
Fiscal Internacional

4. Resultado:

Recepción de póliza
Repositorio INCOTERMS
Inscripción de Comodato

5. Firma de comprobante

Emplea y emite el código de mercancía exportable y comprobante
Seguimiento de proceso y cobro de mercancía exportable

Documentos requeridos como exportador:

- Copias de la RFC, con holograma y domicilio fiscal
- Carta de encargo para importar o exportar
- Documento que conste el cumplimiento de las regulaciones no aduaneras a la exportación, que se hubieren impuesto de acuerdo con la Ley del Comercio Exterior, desde que se les hubiere otorgado el trámite oficial de la federación y se identifiquen en Minutor de la mercancía exportada y de la nomenclatura que les corresponde conforme a la tabla de la Ley del Impuesto General de Exportación.
- Reservación de mercancía o clase de mercancía de este agente
- Reserva y autorización
- Certificado de origen emitido
- Libro de exportación
- Certificado de origen (o delgado), solo en caso de que el comprador extranjero lo requiera

Trámite a realizar

Seleccionar al agente aduanal

Contactar al agente aduanal

Entregar documentación al agente aduanal

Informar al agente aduanal sobre mercancía a exportar y país de destino

Pagar costas aduaneras correspondientes

Carta de encargo para dar seguimiento al agente aduanal, con su agente y expediente Único

3. Definición de mercancía exportable

Esquema de país de origen
Emplea y emite el código país de origen
Certificación de nacionalidad en un formato

4. Emisión:

Control
Aduanas
Fiscal Internacional

5. Resultado:

Recepción de póliza
Repositorio INCOTERMS
Inscripción de Comodato

6. Firma de comprobante

Emplea y emite el código de mercancía exportable y comprobante
Seguimiento de proceso y cobro de mercancía exportable

Regulaciones arancelarias

Al valorarse: Un porcentaje aduanero del valor de la mercancía exportada (%)

Específica: Tasa fijada por el legislador (%)

Mixto: Porcentaje con un tipo de regulación arancelaria (%)

Regulaciones no arancelarias

Regulaciones no arancelarias

Cualitativas

Prohibición de exportación

Quota

Restricción de exportación

Restricción de importación

Restricción de exportación

Restricción de importación

Cuantitativas

Restricción de exportación

Restricción de importación

Restricción de exportación

Restricción de importación

Tabla de la Ley de Ingresos, Capítulo de Importación y Exportación

Módulo de materias con destino:

Destino	Alcance	Partida	País	País	País	País	País	País
Exterior	Exterior	Exterior	Exterior	Exterior	Exterior	Exterior	Exterior	Exterior

Regulaciones no arancelarias del comercio exterior:

Prohibición:


- Prohibición de exportación: Son los permisos que permiten autorizar que todo el proceso de exportación no requiera el cobro de aduanas y por lo tanto puede proseguir a la exportación.
- Prohibición de importación: Son los permisos que permiten autorizar que todo el proceso de importación no requiera el cobro de aduanas y por lo tanto puede proseguir a la importación.

Restricción:

- Restricción de exportación: Es el valor máximo de una mercancía que puede ser exportada en un periodo determinado.
- Restricción de importación: Es el valor máximo de una mercancía que puede ser importada en un periodo determinado.

Nuevo diseño de tríptico


Español



Quiénes somos

Acerca de nosotros

Somos una empresa pequeña, con más de 20 años en el mercado, dedicada a la fabricación de marcos con espejo, joyeros, accesorios y mesas, con diseños creativos mayormente inspirados en dibujos precolombinos y colores representativos de la cultura mexicana. Las piezas son artesanales, elaboradas por las manos de Arcelia Barbero con una técnica única y siempre en búsqueda de innovación.



María Arcelia Barbero Gómez
Espejos Karpastado
RFC: BAGA600127AUG
Periferico # 469 int. 7 Col. Americana
Cuadajajara, Jal.
Tel. (0113) 30261234 Cel. 33 15200885



Mesa Tachuela Karpastado

Hecho a mano en México, calidad, diseño y autenticidad



¿Por qué "mesa tachuela"?

La base metálica para enterrar tiene la forma de una tachuela y al ser plantada manifiesta la misma estabilidad y firmeza.

¿Qué es la mesa tachuela?

Es una mesa que se enterra en arena o tierra, que logra mantener una excelente estabilidad, tiene posibilidad de colocarse una sombrilla, es ideal para el mar o el campo.

"¡Fácil de transportar, fácil de instalar, resistente y muy estable!"

Ídeal para dar un toque distintivo al espacio

Al ser una pieza innovadora, multifuncional y artesanal, da un toque auténtico a los espacios.



Puede plantarse hasta en maraca


Solo es cuestión de colocar la mesa perpendicular a la superficie de tierra o arena donde desee colocarse y presionar hacia abajo para enterrar el pique, quedando así estable y lista para utilizarse.

Acerca de nuestros productos

Todas las piezas son elaboradas a mano, fundeadas, decoradas, montadas y barnizadas, por lo que son de alta calidad y larga durabilidad.


Para conocer más de Karpastado ingresar a :
<http://espejos-karpastado.com/>

Francés



Qui sommes-nous?

Nous sommes une petite entreprise, avec plus de 20 ans d'expérience, dédiée à la fabrication de cadres pour miroir, portes bijoux, des accessoires et des tables. Tout cela avec des designs créatifs dans la plus grande part inspire des précolombiens et des couleurs représentatives de la culture mexicaine. Les pièces sont artisanales, faites par les mains d'Arcelia Barbero avec une technique unique et en constante innovation.



María Arcelia Barbero Gómez
Espejos Karpastado
RFC: BAGA600127AUG
Periferico # 469 int. 7 Col. Americana
Cuadajajara, Jal.
Tel. (0113) 30261234 Cel. 33 15200885



Table Plantable

Fait à main au Mexique, qualité, design et authenticité



¿Pourquoi "Table Plantable"?

La base métallique, avec la forme d'une punaise, à un pique pour être planté dans la terre (ou dans le sable)

¿Qu'est qu'une Table Plantable?

C'est une table qui se plante dans le sable ou dans la terre, qui maintient une stabilité excellente, en plus de la possibilité de lui mettre un parasol, elle est idéale pour le bord de mer ou la campagne.

"¡Facile à transporter, facile à installer, résistante et avec beaucoup de stabilité!"

Idéale pour donner une touche distinctif à votre espace



Peut être planté dans un pot avec de la terre

Il suffit de positionner la table perpendiculaire à la superficie plantable (terre ou sable) ou vous descendre la pièce, puis appuyer fort vers le bas jusqu'à planter entièrement le pique, étant ainsi stable et prêt à utiliser.

Au sujet de notre offre

Toutes les pièces sont fabriquées à main, peintes, décorées, montées et vernies, ce qui leur donne une qualité supérieure et une longue durabilité.

Pour savoir plus sur Karpastado entrer :
<http://espejos-karpastado.com/>

La variación en los colores del tríptico en español y el que está en francés, se debe a que en México el producto va dirigido principalmente a la playa y en Francia al campo (información obtenida en las encuestas realizadas a dichos mercados).

Diseño de lona

Español

MESA TACHUELA

“¡Fácil de transportar, fácil de instalar, resistente y muy estable!”



María Arcelia Barbero Gómez
Espejos Karpastado
RFC: BAGA600127AV6
Penitenciaría # 469 Int. 7 Col. Americana
Guadalajara, Jal.
Tel.:(0133) 38261234 Cel.: 33 15200685

Francés

TABLE PLANTABLE

¡Facile à transporter, facile à installer, résistant et avec beaucoup de stabilité!



María Arcelia Barbero Gómez
Espejos Karpastado
RFC: BAGA600127AV6
Penitenciaría # 469 Int. 7 Col. Americana
Guadalajara, Jal.
Tel.:(0133) 38261234 Cel.: 33 15200685

Dentro de las semanas que vienen se realizará lo siguiente:

- Presentación del producto en redes sociales de la empresa
- Publicación del producto en página web de la empresa
- Fabricación de funda para transportar la mesa
- Impresión de trípticos y lona
- Edición y publicación del video en Youtube
- Envío de publicidad del producto a galería Arte Viva, para promocionar el producto al público francés por el intermediario de la galería

5. Evaluación del proyecto

Es grato recordar que nos encontramos realizando el “desarrollo de un nuevo producto” para la empresa KARPASTADO, el cual tiene como nombre “mesa tachuela” (español) y “Table plantable” (francés).

La idea fue creada en agosto de 2017 y el primer prototipo fue realizado en septiembre/octubre del mismo año.

Primer prototipo:



Ese primer prototipo, fue visto por los dueños del HOTEL PEIX, en Sayulita, Jalisco, los cuales quisieron incluir en su pedido de mesas y espejos Karpastado, la nueva propuesta “Mesa Tachuela”.

Por lo cual, existe un primer pedido de “Mesas Tachuela” en su presentación inicial:

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Mesa Tachuela	12	\$1,500.00	\$18,000.00
IVA (facturación)	16%	240	\$2,880.00
Total			\$20,880.00

*Esta venta fue aceptada, puesto que además de demostrar que la idea es interesante, permitió controlar la calidad del producto y obtener comentarios que servirán a la modificación del producto. El precio fue bajo, pues se trató de un primer prototipo y de una venta mayorista.

En esta imagen podemos visualizar el HOTEL PEIX y en primer plano las “mesas tachuela”:



Posterior a esa primera y hasta el momento única venta, la empresa se centró en la perfección de la pieza y la creación de un prototipo definitivo (el cual claro puede evolucionar con el tiempo), para la elaboración de la promoción y publicidad del producto (fotos y vídeos):



Pronóstico de ventas nacional

Como sabemos, el producto será propuesto al mercado nacional, principalmente dirigido a un público hotelero de zona de playa o particulares de clase media alta a alta.

A continuación, podrán visualizar un pronóstico de ventas de la mesa tachuela a nivel nacional: (para este pronóstico, tomaremos en cuenta las ventas actuales de las mesas Karpastado en general)

Mes	Año pasado	Cambio	Aumento anual	Pronóstico
Enero	\$ 25,000.00	15%	\$ 3,750.00	\$ 28,750.00
Febrero	\$ 11,500.00	15%	\$ 1,725.00	\$ 13,225.00
Marzo	\$ 14,000.00	15%	\$ 2,100.00	\$ 16,100.00
Abril	\$ 13,000.00	15%	\$ 1,950.00	\$ 14,950.00
Mayo	\$ 22,800.00	15%	\$ 3,420.00	\$ 26,220.00
Junio	\$ 23,750.00	15%	\$ 3,562.50	\$ 27,312.50
Julio	\$ 25,000.00	15%	\$ 3,750.00	\$ 28,750.00
Agosto	\$ 18,000.00	15%	\$ 2,700.00	\$ 20,700.00
Septiembre	\$ 35,000.00	15%	\$ 5,250.00	\$ 40,250.00
Octubre	\$ 40,300.00	15%	\$ 6,045.00	\$ 46,345.00
Noviembre	\$ 50,000.00	15%	\$ 7,500.00	\$ 57,500.00
Diciembre	\$ 75,000.00	15%	\$ 11,250.00	\$ 86,250.00
TOTAL	\$ 353,350.00		\$ 53,002.50	\$ 406,352.50

*Método: análisis de series de tiempo

Pronóstico de venta estadístico

Este tipo de pronósticos de ventas, son las más exactas que existen actualmente. Debes tener en cuenta que, debes tener una relación entre el pasado y el futuro para que tengas tus grandes datos estadísticos.

Los valores de venta de “año pasado” establecidos en la tabla, son reales de la empresa Karpastado, en lo que concierna las ventas de mesas en general.

El porcentaje utilizado en la columna “cambio”, fue decidido en relación a la inflación y la cantidad estipulada de aumento por la entrada del nuevo producto al mercado.

Estimación de ventas a largo plazo en Francia:

La estrategia de introducción del producto en Francia, será a través de un primer intermediario “Galería Arte Viva” (Levalois) en las inmediaciones de Paris, así como por el medio de las redes sociales, página web de la empresa y medios impresos (lonas y trípticos).

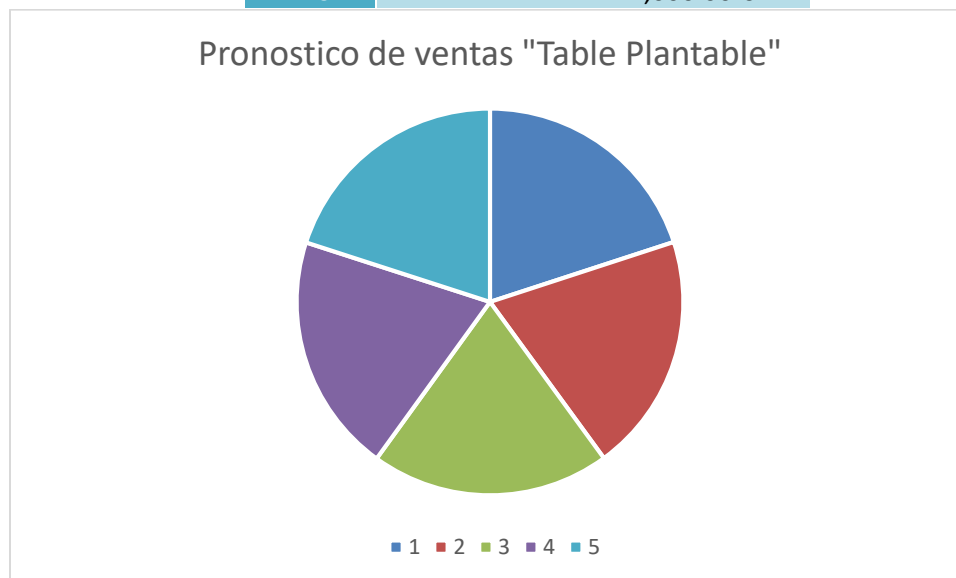
Se estima realizar una primera presentación física en la galería para noviembre del 2018, aprovechando la cercanía con las fechas decembrinas.

Pronostico de ventas en Francia

Este pronóstico será a largo plazo y subjetivo con valores de “estimación”.

Tabla de estimación de ventas

Año	Cantidades vendidas
2018	800.00 €
2019	2,000.00 €
2020	2,500.00 €
2021	3,500.00 €
2022	4,000.00 €



Pronóstico subjetivo

Estos tipos de pronósticos de ventas, se llevan a cabo más que todo, por la imaginación que tengas en el momento de realizar tus ventas imaginarias de la cantidad de productos que tengas para promocionar.

Es claro que el pronóstico de ventas en Francia está basado en estimaciones de venta en los próximos cinco años. Las cantidades fueron estipuladas, con ayuda de los resultados de las encuestas realizadas sobre la mesa Tachuela.

Periodo de recuperación de la inversión

Cómo bien vimos en la propuesta de inversión del proyecto, esta consta de un valor de \$21,900.00 pesos (moneda mexicana), como podemos observar en la siguiente tabla:

Concepto	Cantidad
Estudio de mercado nacional e internacional	\$2,000.00
Honorarios de agente aduanal	\$1,500.00
Traducción de etiquetas	\$1,000.00
Empaque y embalaje para exportación	\$600.00 por pieza
Video explicativo y publicitario del producto	\$3,000.00
Costo fabricación de prototipo	\$1,500.00 por pieza
Promoción y publicidad por redes sociales	\$1,800.00
Mano de obra	\$500.00 por pieza
Costos fijos	\$10,000.00
Total	\$21,900.00

Calculamos el periodo de recuperación de la inversión por años, tomando en cuenta la venta de mesas tachuela (con estimaciones), de lo cual obtuvimos los siguientes resultados:

	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja	-\$21,900.00	\$ 14,000.00	\$ 12,000.00	\$ 18,000.00	\$ 12,500.00	\$ 15,000.00
Flujo acumulado	-\$21,900.00	-\$ 7,900.00	\$ 4,100.00	\$ 22,100.00	\$ 34,600.00	\$ 49,600.00

Periodo anterior al cambio de signo	1
Valor absoluto del flujo acumulado	\$ 7,900.00
Flujo de caja en siguiente periodo	\$ 18,000.00

Periodo de Payback	1.43888889
--------------------	------------

Podemos constatar, que la recuperación se hará al cabo de 1.4 años desde el momento de realización del gasto de inversión. En este caso estamos hablando de un nuevo producto ofrecido por la empresa, por lo cual se necesita el tiempo de “aceptación” en el mercado para que este pueda ser recuperado.

Análisis de evaluación del proyecto

Característica	Descripción
Objetiva	En esta parte, estamos hablando más precisamente de la introducción del nuevo producto “mesa tachuela” o “table plantable” en nuestros mercados metas (México y Francia), para lo cual se toma en cuenta valores reales y estipulados de las ventas con ayuda de valores de la empresa y resultados de las encuestas.
Válida	Este proyecto, es válido, puesto que podemos ver de manera clara que el público meta se ve atraído por esta nueva propuesta, gracias a su originalidad y prestigio de esta pequeña empresa del giro artesanal.
Confiable	Los valores que fueron tomados en cuenta en el pronóstico de ventas nacional, es completamente confiable, pues fue basado en valores reales de venta de la empresa. Por otro lado, la parte del pronóstico en Francia, se basa en estimaciones (con ayuda de resultados de la encuesta), sin embargo, nunca es completamente confiable este método.
Oportuna	Podemos ver, con esta parte de “Evaluación del proyecto”, que la propuesta es oportuna y ayudará a la empresa Karpastado aumentando sus ventas en los próximos años. Además de ampliar su mercado internacional, logrando la introducción del producto y la marca en el mercado francés.
práctica	El proyecto, cumple con la parte “práctica”, pues el producto existe (prototipo) y la publicidad es clara y acorde a los mercados seleccionados, por lo cual no existe razón alguna para que no se logren los objetivos estipulados.

Consultas para tablas:

Datos contables de la empresa Karpastado, ventas 2017

Resultados de encuesta

6. Sistematización del proyecto

La sistematización (Jara, 1998)

Es una interpretación crítica de una o varias experiencias, que, a partir de su ordenamiento y reconstrucción, descubre la lógica del proceso vivido, los factores que han intervenido en dicho proceso, como se han relacionado entre sí y por qué lo han hecho de ese modo.

Descripción de la intervención

Sistematización de contenido	Sistematización de proceso
<p>¿Qué hicimos?</p> <p>Trabajamos con la empresa Karpastado en “el desarrollo e innovación de un producto”, se desarrolló una mesa, que se entierra en la arena o tierra según el lugar dónde se coloque.</p> <p>El propósito de esto, no era solo el elaborar un nuevo producto, si no, que este sea atractivo para su mercado meta, en este caso el mercado nacional y un nuevo mercado, Francia.</p> <p>Se elaboró un primer prototipo, el cual fue estudiado y modificado, para realizar el prototipo definitivo utilizado para la promoción y difusión del nuevo producto.</p>	<p>¿Cómo lo hicimos?</p> <p>El desarrollo de un nuevo producto, no es tan sencillo como parece, pues este debe de ser “diferente” y “sorprender al consumidor”, siendo atractivo y distintivo.</p> <p>Para lograr esto, se realizó un trabajo en equipo, con los miembros de la empresa, para primero elegir el producto a innovar y posteriormente elaborar la idea, diseñar la pieza y evaluar la viabilidad.</p> <p>La elaboración de la pieza, fue realizada en conjunto con un ingeniero, el cual nos ayudó con toda la logística de calidad, durabilidad y funcionalidad.</p> <p>Se realizó un primer prototipo, “pieza pionera” de prueba, con la cual se realizaron las encuestas, 100 encuestados en México, para evaluar la opinión nacional y 100 encuestados en Francia, para evaluar la opinión del país seleccionado.</p> <p>Al término de las encuestas, se realizó un estudio de estas, para aplicarlos en el proyecto de la empresa, así como un Focus Group, con expertos en hotelería.</p> <p>Después de analizar todo lo referente a las opiniones de los mercados meta, así como la de expertos, se rediseñó el producto, y se elaboró.</p> <p>En cuanto a la promoción y publicidad para dar a conocer el nuevo producto, se decidió (derivado de los resultados obtenidos), destinar el producto al público mexicano, como “mesa para la playa” llamada “Mesa Tachuela, y en Francia destinarla al “campo” llamada “Table Plantable”.</p>

Análisis de la intervención

Nos encontramos actualmente, en una era de globalización, donde los clientes son cada vez más exigentes, y la subsistencia de las empresas es cada vez más compleja. Como dice Philip Kotler *“El marketing se está convirtiendo en una batalla basada más en la información que en el poder de las ventas”*.

La empresa Karpastado, es una empresa mexicana del giro artesanal, con presencia internacional desde hace un par de décadas. El objetivo de este proyecto, es lograr el “desarrollo de un nuevo producto innovador” para la empresa Karpastado, innovando en este caso una mesa, aplicándole un sistema innovador, logrando así atraer la atención del mercado actual de la empresa, así como llevarla a un nuevo mercado, Francia.

El nuevo producto, “Mesa Tachuela” en español y “Table Plantable” en francés, es una mesa con un sistema de calidad, que le permite enterrarse en la tierra o arena, manteniendo una estabilidad exacta, así como una base de madera con diseños únicos, artesanales creados por la diseñadora “Arcelia Barbero”.

Es interesante, tomar en cuenta la frase de Philip Kotler *“Ya no basta con **satisfacer** clientes, ahora hay que dejarlos **encantados**”*, es claro, que no estamos hablando de un producto de primera necesidad, sin embargo, es un producto funcional, con diseños únicos, e innovador, destinado a un público mayormente hotelero, así como particulares de clase media alta a alta. El ser un producto, que no existe como tal en el mercado, con además el “plus” de ser artesanal, permite “dejar encantados” a sus clientes.

En cuanto a la parte de promoción y difusión del proyecto en el mercado nacional y francés, se logró hacer a costos bajos, lo cual no afecta a la empresa.

Se elaboraron videos:

- Proceso de elaboración: El cual pone en valor el hecho de ser una pieza 100% artesanal, elaborada por manos mexicanas.
- Publicidad de la mesa: El cual muestra la facilidad para colocar la mesa, su diseño y su funcionalidad.

Por otro lado, se diseñaron trípticos, lonas y publicidad para la web, redactadas en francés y en español, con el fin de dar a conocer el nuevo producto al público meta.

Además, para la introducción del producto en Francia, se entró en contacto con una Galería en Levallois, a los alrededores de Paris, en una zona turística, de clase media alta, la cual aceptó ser el intermediario para presentar el nuevo producto, primeramente, con publicidad impresa y posteriormente, con una planeación estratégica (hacia las fechas decembrinas), una posible presentación de la pieza, con su exhibición en la galería.

Cabe mencionar, que, al cabo de la elaboración del primer prototipo, hubo un cliente que quedó “encantado” de verlo y realizó un pedido para su hotel en Sayulita Jalisco “Hotel Peix”, el cual sirve como “promoción y publicidad” del producto, de manera indirecta. Bien dice Philip Kotler *“La mejor publicidad es la que nos hacen los clientes satisfechos”*, lo cual es un punto positivo para el proyecto de la empresa.

Conceptualización

Empresa:  Karpastado

Propuesta de producto: Mesa que se entierra



Nombre del nuevo producto: Mesa Tachuela- Table Plantable

Logotipo:

MESA TACHUELA
TABLE PLANTABLE

Herramientas de estudio utilizadas: Encuesta, focus group, estudio de mercado

Mercado meta: México, Francia

Target: Particulares de clase media alta a alta, hotelería, diseño de interiores.

Conclusiones

El proyecto que se ha estado realizando con la empresa Karpastado, sobre el nuevo producto, se ha realizado de manera real, se fabricó el prototipo, se hizo una primera venta y se realizaron pruebas sobre el producto.

Siendo Karpastado, una empresa que ya cuenta con presencia internacional, tiene más probabilidades de lograr la introducción de su producto en nuevos mercados, sobre todo, que se llevó a cabo una “planeación estratégica de mercadotecnia internacional” y un “portafolio de la oferta exportable” hacia Francia, lo cual reduce considerablemente el margen de error de la empresa.

Se ha tomado en cuenta la opinión del consumidor sobre la pieza y se han hecho las modificaciones requeridas para satisfacerlo. Las críticas del producto han sido constructivas y la opinión del público meta muy satisfactoria, lo cual le da grandes oportunidades a la empresa de alcanzar el objetivo logrando la aceptación del producto en el mercado meta.

Es grato mencionar, que el costo de introducción del producto será bajo, lo que hará un margen de ganancia reducido, sin embargo, es una estrategia para lograr la introducción del producto al mercado. Esta estrategia permite seguir la curva de la “oferta y la demanda”, si el precio es bajo, la demanda sube y posteriormente se podrá subir el precio al establecido.

Para terminar, es importante tomar en cuenta, que estamos hablando de una pequeña empresa, que fabrica todas sus piezas a mano y que está lanzando al mercado un producto innovador, por lo tanto, tendrá seguramente que contratar más personal para satisfacer la demanda del mercado a largo plazo.

Propuestas

Hasta el momento, el proyecto realizado con la empresa Karpastado ha sido satisfactorio, tanto el diseño del producto, el trabajo en equipo para realizar el primer prototipo y el definitivo, la elaboración de la publicidad, así como la negociación con la galería de Francia. Sin embargo, este tipo de proyecto, como es “el desarrollo e innovación de nuevos productos”, se miden con más exactitud a largo plazo, pues posterior a la introducción se sigue evaluando la satisfacción del cliente y según la popularidad, se buscan nuevos mercados y se amplían los puntos de venta.

A continuación, menciono algunas propuestas para la buena continuación del proyecto y su desempeño a largo plazo:

- Evaluación continua del producto
- Patentar el producto en el mercado internacional
- Encuesta de satisfacción a clientes
- Promociones por temporada
- Abrir planta de fabricación en Francia
- Seguir en constante innovación para mantener la competitividad
- Ampliar los puntos de venta

7. Informe de resultados del proyecto

Primeramente, recordemos el título del proyecto:

“Estudio de mercado internacional para la comercialización del producto karpastado en nuevos mercados, con una propuesta de innovación y difusión del proyecto en el mercado nacional y francés”

Karpastado, es una pequeña empresa del giro artesanal, dedicada al diseño, elaboración y decoración de marcos para espejo, joyeros, accesorios y mesas. A pesar del tamaño de la empresa, esta cuenta con presencia internacional, principalmente en Estados Unidos y España.

“comercialización del producto karpastado en nuevos mercados”



El país seleccionado para comercializar el producto Karpastado, con su “propuesta de producto innovador” fue Francia. Pudiera parecer una opción complicada, sin embargo, existen una serie de ventajas:

- Economía del país.
- Cultura: los franceses aprecian los productos artesanales.
- Acuerdos internacionales.
- Soy franco-mexicana y contaba con el idioma para la redacción de la publicidad, de la encuesta y la posibilidad de aplicarla a 100 franceses.
- Contacto que exporta artesanía de barro (chimeneas) “COACHIMPORT” dos veces al año en contenedores vía marítima, el cual propone poder enviar al inicio piezas por esa vía, a muy bajo costo.

COACHIMPORT

A propos Artisans Ils important Import Moi aussi Produits



Como podemos analizar, se seleccionó un país que tiene una gran posibilidad de aceptar el producto, tanto por su economía, como por su cultura.

Propuesta de innovación

Para lograr decidir qué producto innovar, se llevó a cabo una junta con la diseñadora y dueña de la empresa, así como con una empleada de producción y un ingeniero industrial especializado en herrería.

Producto	Proporción de venta
Espejos	30%
Joyereros	40%
Llaveros	20%
Mesas	10%

Primeramente, se pensó en innovar el “joyero” o un “espejo”, por el porcentaje proporcional de ventas elevado de dichos productos. Sin embargo, no era tan sencillo.

Posteriormente, se analizó que la mesa, sería una buena opción, pues su bajo porcentaje proporcional de ventas, es debido a su tiempo en el mercado, Karpastado lleva menos de dos años que comenzó a fabricar mesas.

La idea de realizar una “mesa que se entierra”, salió de ver una tachuela durante la junta, la cual era utilizada para colocar los papeles. Se pensó, que sería interesante, fabricar una mesa que se entierra en la arena y que quedara estable.

Basándose de la idea de “mesa que se entierra”, se pensó principalmente en los clientes de zonas turísticas, hoteleras de playa, que son de los principales clientes de la empresa.

Primer prototipo

Se llevó a cabo, un primer prototipo, sencillo, con la base metálica diseñada por el Herrero:



Este prototipo, fue visto de casualidad, por los dueños del Hotel Peix, en Sayulita, Jalisco, los cuales realizaban un pedido de mesas plegables para su hotel. Fue tanto su atracción por la pieza, que preguntaron si podían hacer un pedido. Por lo tanto, se realizó una primer venta, del prototipo inicial. Esto fue de gran ayuda, para los comentarios recibidos que permiten mejorar el producto.

Segundo prototipo

Se redactó una encuesta, la cual fue traducida al francés y aplicada por separado al público nacional y al público francés para conocer su opinión.

De la encuesta, pudimos percibir, que, en Francia, el producto debía dirigirse más al campo y en México seguir con la idea de mesa de playa. Con ayuda de los comentarios de los encuestados, pudimos elegir el nombre de la mesa en español y en francés:

- Mesa Tachuela (español)

MESA TACHUELA

- Table Plantable (francés)

TABLE PLANTABLE

También, de las encuestas y el Focus Group, se extrajo la idea de colocarle una sombrilla (opcional) a la mesa.

Pieza terminada:



Difusión del proyecto en el mercado nacional y francés

Antes de decidir qué medios y métodos de difusión utilizar para promocionar el nuevo producto, se realizó un benchmarking, analizando y comparando los métodos de mercadotecnia utilizados por otras empresas que pudieran ser “competencia”, aunque se trate de un producto diferente y de una empresa artesanal que maneja diseños únicos.

Resumen de los resultados del benchmarking:

Empresas	Principales medios de difusión utilizados
<ul style="list-style-type: none"> • Tablarte • GAIA Desing • RDN • IKEA • Home depot 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones • Pagina web • Redes sociales • Lonas • Trípticos

De manera general, tanto para el público nacional, como para el francés, se llevó a cabo lo siguiente:

- ✚ Elaboración de video de fabricación y montaje del producto, difundida en Youtube
- ✚ Elaboración de video publicitario, dónde se presenta el producto y su facilidad de colocar, publicado en página de Facebook de la empresa.
- ✚ Toma de fotografías para publicidad
- ✚ Elaboración, diseño, redacción y traducción de tríptico
- ✚ Elaboración, diseño, redacción y traducción de publicidad para lona, pagina web y redes sociales.
- ✚ Envío de información a clientes potenciales

Para el público francés en particular:

- ✚ Contacto con Galería Arte Viva, en Levallois, a los alrededores de Paris en una zona de clase media-alta (contacto: Françoise Hauters).
- ✚ Envío postal de trípticos y lona para presentar el producto en galería.
- ✚ Planeación de posible exposición de la pieza dentro de la galería, en Noviembre-Diciembre del presente año.

ARTE VIVA
25, rue Trébois 92300 Levallois-Perret
01 47 37 66 37 - arteviva@wanadoo.fr
www.espacearteviva.com



Análisis de las conclusiones:

El proyecto realizado con la empresa Karpastado, ha sido muy interesante, pues la elaboración de un nuevo producto dentro de una empresa es bastante compleja. Además, no es lo mismo, la elaboración de un producto nacional, que, de un producto exportable, pues debe de llevarse a cabo una “planeación estratégica de mercadotecnia internacional” y adaptar la mezcla mercadológica al país seleccionado.

A continuación, se muestra una tabla, con los logros y dificultades que se encontraron al realizar este proyecto:

Logros	Dificultades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborar el prototipo de manera exitosa. ▪ Buenos comentarios por parte del público sobre el producto. ▪ La empresa cuenta con el presupuesto para llevar a cabo el proyecto. ▪ El proyecto es rentable. ▪ El precio es aceptado por el mercado meta. ▪ La promoción y publicidad fueron elaborados adecuadamente. ▪ Aceptación del producto en ambos mercados. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Decidir que producto innovar y cómo para lograr “sorprender” al consumidor. ▪ Diseño de base para lograr los objetivos. ▪ Calculo de precio para el público francés. ▪ Realizar las encuestas en Francia (con ayuda de conocidos y en linde).

Es claro, que todo proyecto tiene sus logros y sus dificultades, sin embargo, podemos ver que este proyecto es factible pese a sus dificultades. El producto ya ha comenzado a llamar la atención del público meta y por ende a aumentar el valor de la marca.

Karpastado piensa mostrar el producto en exposiciones posteriores, principalmente en épocas decembrinas que es la temporada alta para la venta del producto.

Personalmente, este proyecto me sirvió mucho para aplicar de manera real lo aprendido durante la carrera de Mercadotecnia Internacional, así como para ayudar a una empresa del giro artesanal a aumentar su valor, lo que muestra la importancia de la mercadotecnia para el buen funcionamiento de las empresas, sin importar su tamaño o giro.

Fuentes de consulta

1. Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. M. D. P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a. ed.). México, D.F., MX: McGraw-Hill Interamericana.

Artículos:

Franc Ponti (2010), Innovar, una manera de hacer empresa, consultado el 10 de octubre del 2017:

<http://www.portafolio.co/economia/finanzas/innovar-manera-empresa-franc-ponti-autor-siete-movimientos-innovacion-420076>

Philip Kotler y Fernando Trías de Bes (2017), Marketing lateral, consultado el 10 de octubre del 2017:

<https://www.leadersummaries.com/ver-resumen/marketing-lateral>

OMPI (2017), El papel de la propiedad intelectual en la innovación y el desarrollo de nuevos productos, consultado el 12 de octubre del 2017, Christopher M. Kalenje (2017):

http://www.wipo.int/sme/es/documents/ip_innovation_development.htm

Philip Kotler (2015), estrategias de marketing, consultado el 14 de octubre del 2017:

<https://www.gestiopolis.com/philip-kotler-y-sus-estrategias-de-marketing/>

Escuela del vendedor, tipos de pronósticos de venta, consultado el 10 de abril del 2018:

<https://escueladelvendedor.info/tipos-de-pronosticos-de-ventas/>

Libros:

Investigación de mercados (2008), quinta edición, *Naresh K. Malhotra*.

Marketing, séptima edición, *Kerin, Berkowitz, Hartley, Rudelius*.

Páginas de búsqueda de información:

BANCO MUNDIAL (2017), información sobre Francia, consultado en agosto del 2017:

<https://datos.bancomundial.org>