

Apuntes individuales FAG 2º trimestre

Distribución:

- La política de distribución permite que el producto se encuentre en el lugar y en el momento adecuados para poder ser adquiridos por el consumidor.
- La distribución crea utilidad de lugar y de tiempo.

Tipos de distribución:

- 1) **Distribución directa:** tú eres el productor y también el que hace llegar el producto al consumidor final
- 2) **Distribución indirecta:** entran en juego agentes e intermediarios. Conlleva un incremento en el precio, ya que tú le vendes al intermediario a un precio, y él pone otro para tener un margen de beneficio.

¿Prefieres que el producto vaya directo al cliente, con un mejor precio pero quizás más difícil de conseguir? ¿O pretendes que tu producto llegue a más consumidores, con el hándicap de aumentar su precio final debido al intermediario?

Estrategias de distribución:

- 1) **Estrategia intensiva:** colocar nuestros productos en los máximos canales de venta posible. Ideal para productos de primera necesidad con una distribución masiva; permite un gran volumen de ventas.
- 2) **Estrategia selectiva:** si quieres que tu producto esté en cierto número de puntos de venta. El número de intermediarios es menor y es una buena opción para productos en los que el cliente suele comparar precios antes de comprar.
- 3) **Estrategia exclusiva:** distribución en un único punto de venta, de manera totalmente exclusiva. Permite diferenciar el producto y darle un posicionamiento de lujo y prestigio a la marca.

- Estrategias de segmentación: Por el tópicos literario de la muerte igualatoria (“Nuestras vidas son los ríos que van a parar a la mar”-Jorge Manrique), nuestro sector no sufre segmentación.
- PRODUCTO: el producto está confeccionado artesanalmente con madera de pino local de gran calidad y barnizado y pintado a mano a gusto del cliente. Con esto conseguimos un buen diseño, que aunque no será reconocible, es innovador y único además de adaptarse personalmente a cada consumidor.

<u>Análisis interno</u>	<u>Análisis externo</u>	<u>Análisis interno</u>	<u>Análisis externo</u>
DEBILIDADES	AMENAZAS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Poca experiencia del mercado. Proveedores de madera.	Incertidumbre acerca del comportamiento del cliente. Bienes sustitutivos. Inversores.	Diferenciación del producto. Uso de las TICs.	Ausencia de competencia directa. Ubicación geográfica: materias primas y clientes.

b) PRECIO: las empresas rivales tienen unos precios medios de 350€ (ataúdes de alta calidad, y convencionales).

Además de la competencia, tenemos que tener en cuenta los costes totales (costes fijos y costes variables). Los costes fijos serían los relacionados con el local en torno a 500€ mensuales, y el mantenimiento de la maquinaria cerca de 150€ mes. Además de esto tendríamos unos costes variables derivados de la cantidad de madera de pino silvestre, que está cerca de 23 euros por metro cúbico, que utilizemos; y la cantidad de pintura a unos 35 o 40€ litro; y barniz a 20€ el litro.

COSTES FIJOS	COSTES VARIABLES (por ataúd)
Alquiler maquinaria → 150€	Madera de pino silvestre → 0.69€/ataúd
	Pintura → 66€
Alquiler del local → 500€	Barniz → 20€
Trabajadores → 3 000€	
C.F. totales = 3 650€	C.V. por producto = 86,69 €

LA IDEA DE NEGOCIO

- Una idea es el punto de partida de todo proyecto empresarial.
- Una idea útil es aquella que satisface necesidades del consumidor.
- Una idea innovadora es aquella que introduce un cambio de mercado, es decir, un elemento diferencia novedoso, tanto en el producto como en el modo de fabricarlo, venderlo o promocionarlo.

ORIGEN DE LA IDEA: CAUSAS

- Renovar un producto existente en el mercado.
- Mejorar un modelo de negocio.
- Localizar necesidades sin satisfacer de algunos colectivos.
- Detectar cambios del entorno que generan nuevas necesidades.
- Descubrir nuevos usos de un producto o servicio.
- Aplicar tecnologías recientes a nuevas situaciones.
- Copiar ideas exitosas de otros países.

¿ CUÁL ES LA CAUSA QUE ORIGINÓ ESTOS NEGOCIOS?

- A) Copiar ideas exitosas de otros países.
- B) Aplicar tecnologías recientes a nuevas situaciones.
- C) Mejorar un modelo de negocio.

¿TE PARECEN ESTAS BUENAS IDEAS DE NEGOCIOS?

- a) Sí me parece una buena idea, porque si tiene éxito en otros países no indica que en este no.
- b) Sí me parece útil, porque es buscar una solución a un gran problema de hoy en día.
- c) Es útil, pero de youtube no va a poder vivir de ello ya que hay mucha competencia.

PROPÓN TU PROPIA IDEA

Cuidados de la resaca: Esto no es un negocio, ¡Esto es un sinvergüenza! jaja. Se trata de un ángel guardián que se encargue de las personas que se han pasado de tragos, desde irlos a buscar, hasta los cuidados posteriores de la resaca

Escoge tu propio ataúd: No sé ustedes, pero yo no ando pensando por allí en mi muerte. Pero ahora que veo esta idea, me parece justo que podamos tener decisión de

personalizar mi ataúd. ja ja A este negocio se dedica Creative Coffins. Mira alguno de los modelos disponibles.

A) TEST DE LA IDEA

CUIDADOS DE LA RESACA: serian precios ajustados al mercado, aunque al no haber competencia no serían precios muy a la baja. Satisface la demanda de los consumidores cuando han salido una larga noche de juerga. Sería una demanda elástica, ya que la demanda varía de unas fechas a otras.

ELIGE TU PROPIO ATAÚD: el mercado necesita darle alegría a la muerte. A precios muy asequibles (aprox 250-350 euros). El mercado sería inelástico, ya que siempre muere gente. La demanda se ha comportando siempre igual, ya que es una demanda inelástica.

- Tras esto, hemos decidido elegir la opción de: elige tu propio ataúd.