

MICROMIX COMPANY

Mario Bampalikis Crespo, Dawit Díaz Sánchez, Francisco Hernández Martín

Proposición de valor

Nuestra empresa se dedicará a la fabricación de microondas que harán que las labores de cocción de los alimentos sean más sencillas que con los microondas convencionales. Tendremos 3 gamas de productos: El modelo TR-Pro, que será de gama alta o gama premium, el modelo TR-Deluxe, que será de gama media, y el modelo TR-Basic, que será de gama baja. Todos nuestros productos tendrán el mismo mecanismo, un microondas que incorpora un temporizador automático para diversos productos, el mecanismo consiste en un panel en el que tendremos un botón y al lado una pequeña pantalla donde tendremos un buscado con un teclado táctil en el que introduciremos el nombre del alimento que queramos calentar (todos los tiempos de cada alimento ya vienen guardados) junto con un botón que cuando ya tengamos buscado el producto lo pulsaremos y cogerá automáticamente el tiempo del alimento que estará guardado en una memoria que es donde estarán todos los tiempos de cada alimento.

Gama TR-Pro: Este modelo será bastante espacioso, y los materiales que tenemos pensado usar en esta gama serán materiales premium. Tendrá acabados de alta calidad, tales como una capa exterior de acero embellecido tratado para el exceso de calor, cromados alrededor de todo el chasis, y la consola frontal estará construida en un cristal tintado con una pantalla táctil. Toda la gama Pro estará pensada para introducir más de un alimento en su interior y calentarlo. Por eso hemos decidido introducir baldas. Será un elemento exclusivo de esta línea. Además estos microondas tendrán una patente desarrollada por nosotros, llamada Tecnología TermoCool, que será un sistema que mantendrá la temperatura interior, cuando esta sea la ideal. El exceso de calor será expulsado por unas rejillas traseras especiales. El cristal utilizado en la puerta será un vidrio especial que constará de 3 capas, una que evitará la fuga de calor, otra, que será la central y hará función de vacío, y la última capa será la que reforzará el cristal. Todo esto a un módico precio de 680 euros.

Gama TR-Deluxe: Al ser la gama media, no tendrá los mismos elementos que el modelo Pro, pero seguirá teniendo el mismo mecanismo de selección de alimentos. Este modelo conservará el material exterior utilizado en su línea superior, el acero embellecido, pero a diferencia del Pro, el Deluxe no dispondrá de una pantalla táctil, sino que aquí implementaremos una ruleta de selección. Para seleccionar un programa bastará con girar la rueda a la izquierda o a la derecha. Esta gama tendrá un poco menos de potencia que la anterior. Tendrá un precio de 540 euros

Gama TR-Basic Es la línea más básica de las 3 (su propio nombre ya lo indica). Esta gama tendrá solo lo esencial. El material utilizado para el exterior, en lugar de acero embellecido como en la Deluxe, será simplemente una cobertura de aluminio. Los TR-Basic tendrán simplemente un panel con 3 botones, uno para aumentar el tiempo, otro para pararlo y otro para seleccionar distintos programas. El precio de este será de 390 euros.

Segmentación de mercado

Nuestros clientes objetivo serán personas jóvenes (de 20 a 30 años) que no tengan conocimiento, o si lo tienen, que sea mínimo en cocina. Es el tipo de cliente que busca comodidad, sencillez, que no tenga que esforzarse demasiado y que se le de bien la tecnología.

Canales con los clientes

Nuestro producto llegará a nuestros clientes a través de diversas vías, como por ejemplo carteles publicitarios, anuncios por televisión, anuncios por radio, Internet, etc. También tendremos una página oficial en redes sociales como Twitter, Instagram o Facebook. También promocionaremos nuestra marca a través de videos en sitios web como YouTube, realizando colaboraciones con creadores de contenido, por ejemplo. Así, de esa manera nuestro concepto llegará al tipo de clientes que queremos, gente joven.

Relaciones con los clientes

Tendremos nuestras propias tarjetas de afiliación a la empresa. Las tarjetas no se podrán ni vender ni redistribuir. Estas tarjetas serán únicas por cada cliente. Además de conseguir cupones de descuento gracias a la tarjeta, esta incluirá autorización para participar en sorteos especiales y diferentes servicios, haciendo referencia a mantenimiento de nuestros productos, y servicio técnico, además de una garantía de 3 años. La tarjeta se vincula a nuestro servicio premium, que se trata de una suscripción mensual. Dicha suscripción costará 9 €.

Actividades, recursos y sociedades clave

MicroMix Company se asociará con compañías que también trabajan en el mismo campo, los electrodomésticos. Nuestros socios potenciales serán Siemens, Bosch, y Samsung. Colaboraremos con Siemens para crear microondas con nuestra tecnología TermoCool y su tecnología iSensoric, que se encargará de medir la humedad que hay en el interior del aparato para calcular el tiempo de cocción que queda. Colaboraremos con Bosch para crear microondas con cavidad embutida de acero inoxidable que facilite su limpieza interior, y nos asociaremos con Samsung para implementar en nuestros microondas su tecnología de fermentación, para crear Yogures, pasteles, etc. También colaboraremos con “Liftrtrans”, que será para transportar nuestros microondas a las casas de nuestros clientes en caso de que los compren por Internet. También los transportarán a los grandes almacenes como El Corte Inglés, Hipercor o MediaMarkt.

MicroMix Company dispondrá de varias fábricas ubicadas por todo el territorio nacional. En esas fábricas se encontrará la tecnología y maquinaria necesarias para el procesado y unificado de los materiales. Tendremos camiones de carga que se encargarán de la recolección de los materiales necesarios para la fabricación de nuestros productos. También contaremos con unas oficinas, las cuales tendrán varios departamentos, como el departamento económico, que controlarán los presupuestos de fabricación, las ganancias y las pérdidas, el departamento de investigación, donde se dedicará a investigar nuevas maneras y métodos de cocción, y avanzar en tecnología, el departamento de marketing, que se encargará de la publicidad y la imagen de la empresa, así como de la gestión de los perfiles de las redes sociales. Tanto los almacenes, como la sede central de MicroMix Company se encontrarán en Madrid. Por supuesto, habrá otros almacenes ubicados en otras ciudades, pero la diferencia respecto a los centrales, es que estos serán abastecidos desde los almacenes de Madrid. Desde estos almacenes, se transportarán los aparatos a los comercios y también se realizarán envíos a domicilio de forma directa. También dispondremos de una página web, con un catálogo completo de cada uno de nuestros modelos y futuros diseños que se irán realizando. Desde esta misma página se tramitarán los pagos a la hora de adquirir un producto. Se podrá elegir por hacer un envío nacional o internacional. En el caso de los envíos nacionales, el envío normal (2-3 días hábiles) será de precio gratuito, y el envío express (1 día hábil) tendrá un precio de 3 € por gastos de envío. En el caso de los internacionales, se tendrá que determinar la ubicación del país y la ciudad. El envío normal (1 mes) tendrá un precio de 8 € por gastos de envío, y el envío express (10-15 días hábiles) tendrá un precio de 14 € por gastos de envío.

Fuentes de ingresos

Las fuentes de ingresos de MicroMix Company se hallarán principalmente en la venta de microondas, ya sea de forma física o vía Internet. Como todo proyecto, para llevar a cabo este, se va a necesitar un presupuesto inicial, el cuál se conseguirá mediante un préstamo del banco, el cuál se irá devolviendo con una parte de las ganancias mientras que al mismo tiempo, con esas ganancias, invertimos en mejorar la tecnología o la calidad de la empresa y nuestros productos. Por supuesto, también tener una empresa de este calibre, tendrá sus costes. Estos costes que habrá que pagar serán los de la luz, tanto de las oficinas, como de las fábricas, como de los almacenes, los materiales conseguidos para fabricar nuestros productos, el salario mensual de los empleados, los gastos de transporte (en este caso a la empresa de transporte internacional que hemos contratado y a Leaftrans). Para comenzar esta empresa y crear nuestros primeros modelos, se estima un coste total mayor a 125.000€.