



A quien corresponda:

Por este conducto, nos permitimos informar que el Dr. Juan Mejia Trejo, profesor de la asignatura de Desarrollo de Nuevos Productos de los estudiantes: Lamadrid Preciado Alondra, Andrea Jáuregui Salazar, Angel Brambila Yael Alejandro, Jasibe Yael Diaz Monzón, Citlali Amador López, Chavarin García Carlos Yael, de la licenciatura: Mercadotecnia del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas(CUCEA) de la Universidad de Guadalajara (UdeG) participaron en forma activa en el proyecto de desarrollo de nuevos productos, denominado "Cassonetto"

Dicho proyecto se llevó a cabo del: Enero mayo 2023 y cuyas actividades desarrolladas fueron:

- Identificación del segmento de mercado a atender.
- Determinación del tamaño de mercado.
- Propuesta de atributos de producto/servicio.
- Propuesta de diseño de producto/servicio.
- Propuesta de marca, logo y slogan.
- Propuesta de redacción de patente.
- Propuesta plan de negocios.

Los beneficios y mejoras que estima logra nuestra empresa a partir de la entrega del paquete tecnológico que integró las soluciones arriba mencionadas en forma de un manual de operación y mantenimiento, nos permiten asegurar una mejora sustancial en:

- Distinción de marca y de ventaja competitiva estimada en un 100%
- Control más eficiente de nuestro inventario, almacenaje y transporte en un 100%
- La interacción más rápida y eficiente con nuestros clientes en un 85%
- La interacción más rápida y eficiente con nuestros proveedores en un 90%
- Incremento de pedidos y/o ventas de nuestros productos y/o servicios en un 95%

Se extiende la presente para los fines que convengan a los interesados.

Elia Vera

Elia Margarita Vera Preciado
ARQUITECTA

elia_vera_preciado@hotmail.com
33 1094 3553

Av. Paseo de los Leones 121 Cd. Bugambillas

Generación y aplicación de conocimiento teórico-práctico

Zapopan, Jalisco a 5 de Mayo de 2023

PROYECTO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO: MV Arquitectos

MV Arquitectos es una empresa que fabrica y comercializa organizadores de contenedores para el hogar y la oficina ubicada en la Cd. de Guadalajara, Jal.. Sus productos son resistentes, fáciles de limpiar y biodegradables, y están diseñados para optimizar el espacio y ahorrar tiempo de búsqueda de tapas y contenedores de las mismas.

El problema a resolver es la aprovechar la oportunidad de abordar un negocio rentable y sostenible, que ofrece una solución innovadora a un problema común en la sociedad actual: no encontrar los contenedores completos. El nuevo producto a diseñar, consta de organizadores de contenedores, que mejorar la calidad de vida de los usuarios, ayudándoles a tener cocinas más organizadas, eficientes, estéticas, prácticas y efectivas siempre buscando ser comprometidos ante el medio ambiente, basados en **plástico de paja de trigo**. Se considera además, el efecto de la pandemia COVID-19 que durante los años 2020 y 2021 afectó drásticamente a la organización y que al momento requiere actualizarse para permanecer vigente en el mercado, conservar empleos, eficientar su operación y tener ahorro de costos

Utilizando las herramientas de **diseño de nuevos productos y servicios**, se considera su aplicación teórica y práctica a partir de descubrir el nicho de mercado objetivo, los atributos necesarios, un diseño y estudio comparado con patentes previas de México, EUA, Canadá, Unión Europea y Japón, propuesta de marca, logo, slogan y un plan de negocios, que incluye financieramente: costo inicial de inversión, estado de resultados, punto de equilibrio, tasa interna de retorno, valor presente neto adecuado para considerar su emprendimiento.

Por lo tanto, en el análisis y estudio de su situación, el grupo de trabajo considera que el proyecto es de transferencia tecnológica relevante, pues desarrolla la integración a nivel teórico de los conceptos que comprenden el desarrollo de un nuevo producto y servicio.

Son utilizados los libros del propio líder del proyecto:

Mejía-Trejo, J. (2023). Desarrollo de nuevos productos y servicios: una guía práctica para su diseño e implementación. Ed. Academia Mexicana de Investigación y Docencia en Innovación (AMIDI). Distribuido por eLibro, México.

El proyecto se documenta y entrega al usuario a través de un **paquete tecnológico** que los describe y soporta, con un resultado de mejoras reconocidas por el usuario de distinción de marca y de ventaja competitiva estimada en un **100%**, control más eficiente del inventario, almacenaje y transporte en un **100%**, la interacción más rápida y eficiente con los clientes en un **85%**, y con los proveedores en un **90%** e incremento de pedidos y/o ventas de productos y servicios en un **95%**.

Además, **se forma recurso humano de 6 estudiantes de la Licenciatura de Ingeniería en Negocios de la Universidad de Guadalajara.**

Este caso se considera de éxito, demostrando la aplicación y generación de conocimiento teórico-práctico de **desarrollo de nuevos productos y servicios**, en el período de **Enero a Mayo 2023**.

Líder del Proyecto
Dr. Juan Mejía Trejo
profesor investigador CUCEA UdeG

Celular: 33-12809887
e-mail: jmejia@cucea.udg.mx
juanmejiaatrejo@hotmail.com

PROYECTO FINAL



Equipo 2

Desarrollo de Nuevos Productos.

Integrantes de equipo:

Ángel Brambila Yael Alejandro

Amador López Citlalli

Chavarín García Carlos Yael

Díaz Monzón Jasibe Yael

Lamadrid Preciado Alondra

Jáuregui Salazar Andrea

RESUMEN EJECUTIVO

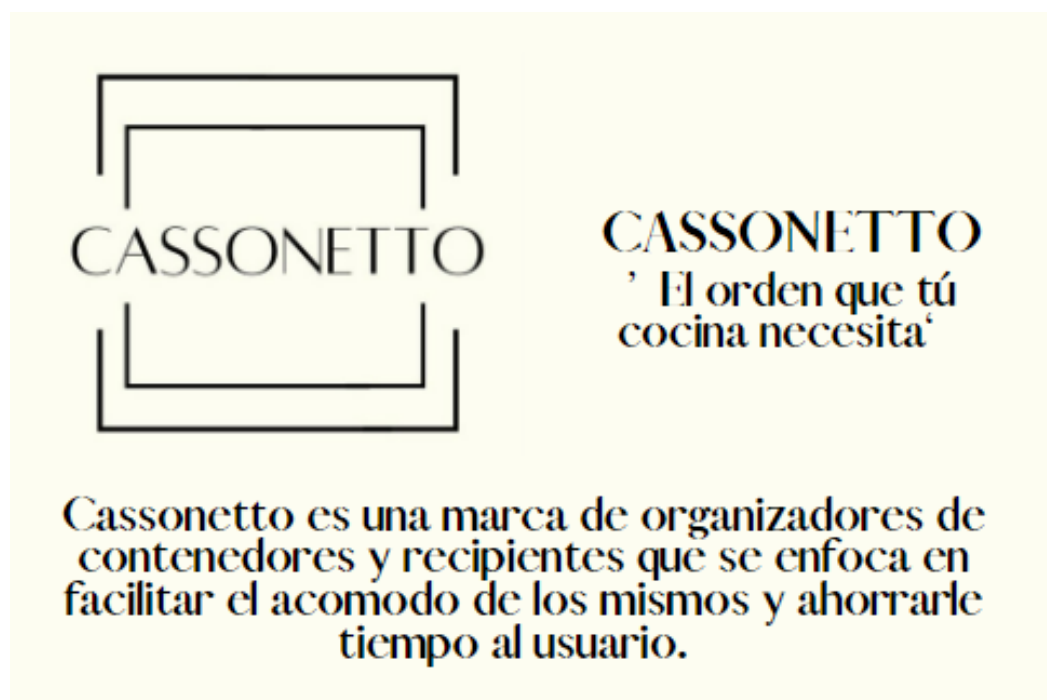
CASSONETTO es una empresa que fabrica y comercializa organizadores de contenedores para el hogar y la oficina. Nuestros productos son resistentes, fáciles de limpiar y biodegradables, y están diseñados para optimizar el espacio y ahorrar tiempo de búsqueda de tapas y contenedores de las mismas.

Nuestro mercado objetivo son las personas que buscan soluciones para organizar sus contenedores de forma eficiente y atractiva, tanto en su casa como en su lugar de trabajo. Nuestros canales de distribución son el comercio electrónico, siendo página web, mercado libre y amazon. Nuestra estrategia de marketing se basa en la calidad, la innovación y la satisfacción del cliente.

Para iniciar nuestro proyecto, requerimos una inversión inicial de \$41,400 pesos, que se destinarán a la fabricación, exportación, así como al pago de gastos operativos y administrativos. Esperamos obtener un retorno de la inversión en el primer año de operación, y también alcanzar un punto de equilibrio.

CASSONETTO es una oportunidad de negocio rentable y sostenible, que ofrece una solución innovadora a un problema común en la sociedad actual: no encontrar los contenedores completos. Con nuestros organizadores de contenedores, queremos mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, ayudándoles a tener cocinas más organizadas y eficientes

MARCA



DESCRIPCIÓN BUSINESS MODEL CANVAS

Misión: Proveer herramientas de organización del hogar que sean estéticas, prácticas y efectivas siempre buscando ser comprometidos ante el medio ambiente.

Visión: llegar a todas las cocinas mexicanas facilitando la constante organización de sus espacios

Valores:

- Compromiso ante el medio ambiente. CASSONETTO se compromete ante el medio ambiente a través de generar soluciones de materiales biodegradables, en este caso plástico de paja de trigo.
- Pasión. En CASSONETTO nos apasiona trabajar en nuestros productos para así entregar productos de la más alta calidad.
- Confiabilidad. Los productos CASSONETTO son fabricados bajo estándares de funcionalidad para que cumplan su función esperada a largo plazo.
- Calidad en productos. Los productos CASSONETTO son ligeros, irrompibles, 100% libres de BPA, no tóxicos e inodoros.
- Innovación. En CASSONETTO nos mantenemos en constante innovación en diseño y funcionalidad para crear diseños únicos pensados en nuestro segmento.

Modelo de OsterWaldner.

The Business Model Canvas		Designed for:	Designed by:	Date:	Version:
Key Partners Proveedores de materia prima y fabricantes del producto. China, Made-in-China. Transporte de producto y mercancía desde China. Aseguradora de cargamentos. Fabricación de empaques y cajas para envíos. Envíos. Paqueterías como FedEx o DHL. E-Commerce/ distribución y ventas. Amazon, Mercado libre y página de internet.	Key Activities Branding. Diseño de productos. Logística y distribución de los productos. Promoción y publicidad. Mantenimiento de e-commerce. Atención al cliente. Garantía y reparación de productos. Key Resources Físicos. Almacén para productos. Computadora y celular. Papelaría. Artículos de Promoción y branding. Servicios básicos como luz, agua, internet. Intelectuales. Manual de identidad corporativa, modelo de negocio, plan de negocio, música sin copyright (para audiovisual), avisos de privacidad, bases de datos, software para contabilidad y logística. Humanos. mercadólogos, agente aduanero. Abogado. Financieros. Inversionistas y dinero destinado a sueldos para empleados.	Value Propositions Value propositions Ofrecemos un producto que tiene buena relación calidad-precio, con un diseño innovador y sofisticado destinado a resolver problemas de organización en el hogar y oficinas, enfocándonos específicamente en contenedores de comida, haciendo más práctico el orden en el espacio de los recipientes encargados de portar alimentos.	Customer Relationships Customer relationships Se tendrá comunicación directa e indirecta con ellos. Será directa cuando contacten a la empresa por mensajes directos e indirecta cuando hagan compras por medio de los diferentes canales de distribución. Se les dará atención personalizada y eficiente en todo momento, y el tono de voz corporativa será de respeto, positiva y cálida. Se les dará contenido de valor que genere conexión con la empresa y una relación fiel a largo plazo. Channels Channels Promoción y publicidad: Instagram, Facebook, TikTok. Ventas: Mercado libre, Amazon, página web. Métodos de pago: Mercado pago / tarjeta. Envíos: Skydropx. Seguimiento post compra: Correo.	Customer Segments Segmento de mercado: Características geográficas. Personas de la zona metropolitana de Guadalajara. Demográficas. Edad de entre 27 y 42 años (millennials). Género: Femenino. Tamaño de Familia: casada con hijos. Ingreso: clase media, media-alta con un ingreso de entre 23,451 pesos mensuales (clase media) y 50,000 pesos mensuales (clase media alta) (Gutierrez, 2022). Ocupación: ama de casa. Educación: Mínimo preparatoria terminada. Psicológicas. Clase social: Media, media-alta. Estilo de vida. Busca ser organizada aunque tiene ocupaciones todo el tiempo y vive con prisa. Personalidad: Desordenada, familiar, compulsiva, que cuida su alimentación y la de su familia. Se encarga del hogar. Busca el cuidado del medio ambiente. Conductuales. Beneficios que busca en el producto. Organización, practicidad, funcionalidad, accesibilidad. Frecuencia de uso. Diaria. Estatus de lealtad a la marca. Fuerte. Estatus de preparación. Consciente porque sabe para qué sirve el producto. Actitud hacia el producto. Positiva, esperanzada, entusiasta.	
Cost Structure COSTO VARIABLE: Costo de materia prima + fabricación: 679 dólares. Transporte cargamento de China a México. 1,500 dólares. COSTO FIJO: Renta de almacén: \$20,000 pesos Servicios básicos: agua, internet y luz. \$1,200 pesos Sueldos: Aprox. 45,000 Artículos de promoción, publicidad y branding: 5,000. Publicidad: \$1000 al mes. TOTAL= 130,780	Revenue Streams Venta de productos de la marca. Espacios apilables para poner contenedores junto con sus tapas completo \$1,699 Contenedor de 1 litro cuadrado \$799 Contenedor tipo sandwichera \$299 Contenedor de 2 litros \$999 Contenedor con divisiones \$699 Considerando nuestro principal producto (Espacios apilables para contenedores), tendríamos que tener una venta de 40.23 ventas al mes para encontrar nuestro punto de equilibrio.				

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

DESIGNED BY: Strategyzer AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer

DESCRIPCIÓN.

El modelo de negocios de CASSONETTO está dividido en 9 cuadrantes que abarcan todas las áreas de la empresa. En primer lugar se tiene a los aliados clave, en donde están los proveedores de materia prima los cuales son muy importantes ya que son la pieza clave para poder fabricar los organizadores. Otro aliado clave es el transporte de productos y mercancía ya que traerán el material desde China. Por otro lado está la fabricación de empaques para envíos y los canales E-commerce y distribución como Amazon y Mercado Libre.

Durante la operación tenemos actividades clave que abarcan el Branding, el diseño de los productos, la logística y distribución de los mismos, promoción y publicidad, mantenimiento de E-commerce, atención al cliente y garantía y reparación.

Tenemos varios tipos de recursos y dentro de cada categoría entran diferentes áreas de la empresa. Tenemos recursos físicos, que son computadoras, celulares, almacén, y todo lo tangible que necesitamos. Luego están los servicios básicos como luz, agua e internet, intelectuales que tienen que ver con manuales, plan de negocio y todos aquellos papeles y recursos que funcionan para que funcione correctamente la empresa. También recursos humanos y financieros en donde entra el tema del dinero.

Las relaciones que se tendrán con los clientes son de respeto y multicanal, ya que en los diferentes puntos les atenderemos. Será de alguna manera personalizada y se usará una voz corporativa positiva y cálida.

Los canales que se utilizarán dependen de la actividad que se haga, ya que promoción y publicidad se hará por redes sociales, ventas por el E-commerce, métodos de pago serán con tarjeta, paypal y Mercado pago para finalmente hacer envíos gestionados por la plataforma skydropx y seguimiento por correo.

El segmento de Mercado está explicado en el modelo de negocios pero abarca mujeres de entre 25 y 45 años que vivan en gdl, que tengan hijos y que sean de una clase social media alta. Existen otras especificaciones pero eso se puede encontrar en el modelo.

En costos se tienen variables y fijos, dando los variables un total de 2,179 dólares y los fijos un total de 72,200 por temas de salarios, pagos de servicios, renta etc. Los ingresos serán por la venta de los productos de la marca, de los que se dan los precios en el modelo.

Por último se encuentra la parte más importante de este modelo, que es la propuesta de valor la cual es:

Ofrecemos un producto que tiene buena relación calidad-precio, con un diseño innovador y sofisticado destinado a resolver problemas de organización en el hogar

y oficinas, enfocándonos específicamente en contenedores de comida, haciendo más práctico el orden en el espacio de los recipientes encargados de portar alimentos.

MERCADO META

GEOGRÁFICO

- Personas que habitan en MX

DEMOGRÁFICAS

- Edad de entre 27 y 42 años (millennials).
- Género: Femenino
- Tamaño de Familia: casada con hijos.
- Ingreso: clase media, media-alta con un ingreso de entre 23,451 pesos mensuales (clase media) y 50,000 pesos mensuales (clase media alta) (Gutierrez, 2022).
- Ocupación: ama de casa.
- Educación: Mínimo preparatoria terminada.

PSICOLÓGICO

- Clase social. Media, media-alta
- Estilo de vida. Busca ser organizada aunque tiene ocupaciones todo el tiempo y vive con prisa.
- Personalidad. Desordenada, familiar, compulsiva, que cuida su alimentación y la de su familia. Se encarga del hogar. Busca el cuidado del medio ambiente.

CONDUCTUAL

- Beneficios que busca en el producto. Organización, practicidad, funcionalidad, accesibilidad.
- Frecuencia de uso. Diaria. Busca tener organización todos los días y usa y acomoda recipientes todo el tiempo.
- Estatus de lealtad a la marca. Fuerte, una vez que compra productos CASSONETTO, ya no compra de otra marca.
- Estatus de preparación. Consciente porque sabe para qué sirve el producto.
- Actitud hacia el producto. Positiva, esperanzada, entusiasta.

ATRIBUTOS DEL PRODUCTO

ORDEN. Según un estudio, el orden es vital en la vida del ser humano. Este atributo permite a los humanos “ser más responsables, eficientes, productivos, y organizados, lo cual brinda calma, serenidad y confianza” (Ministerio de educación, s.f.). Estas son cualidades que busca el ser humano ya que le ayudan en su vida diaria, siendo esto parte de lo que nuestro producto ofrece.

BUENA PRESENTACIÓN. La presentación de nuestro producto será llamativa para el público y consumidores, con el objetivo de brindar una sensación positiva al momento de verlo el envase o envoltura que traslada cualquier mercancía debe describir y present unilateralmente el artículo dentro, cumpliendo con la función de acondicionar, conservar, proteger, contener y sobre todo identificar e informar que es lo que el consumidor acaba de comprar o adquirir, proporcionando una experiencia visual satisfactoria. (SGS. s.f)

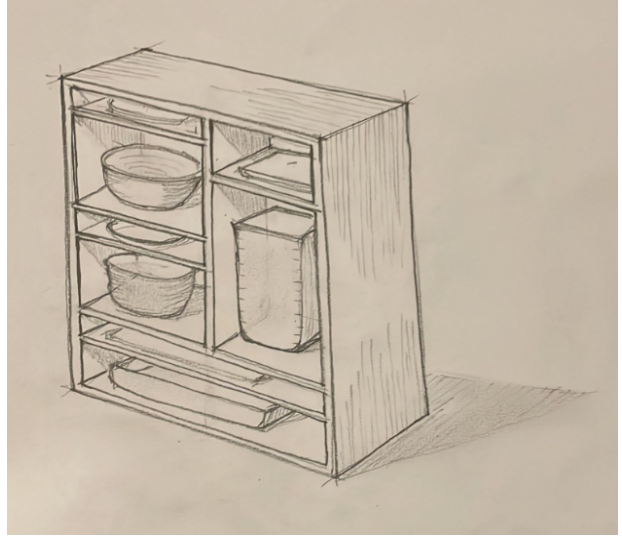
FÁCIL LIMPIEZA. Según ELIKA una fundación de seguridad agroalimentaria nos dice que las instalaciones donde se reciben, preparan y expenden alimentos deben dar seguridad higiénica. Deben estar diseñadas de forma que favorezcan y faciliten tanto la higiene personal como la limpieza y desinfección de los mismos. Facilitar la limpieza de nuestro producto es una cualidad sumamente importante para nosotros, ya que buscamos que nuestros clientes usen nuestros productos con la mayor facilidad y rapidez. (ELIKA fundación Vasca de la Seguridad Agroalimentaria.)

RESISTENTE. El producto debe estar protegido en todo momento. Debe ser resistente a manipulaciones durante los procesos de transporte, distribución, almacenamiento y venta ya que es importante garantizar la integridad del producto alargando su ciclo de vida (Ministerio de Comercio Exterior de Perú, 2009).

INMEDIATEZ. Uno de los atributos que busca nuestro producto es la inmediatez. Busca que el consumidor logre ahorrar tiempo y encuentre lo que desea de manera rápida y eficaz, ya que según Álvaro de Luna “Alcanzar esa instantaneidad absoluta se ha convertido en un propósito de nuestro tiempo” (2020).

BIODEGRADABLE. El material con el que estará hecho nuestro producto (paja de trigo) es un material sintético biodegradable capaz de sustituir a la madera común. Este material tiene características como flexibilidad y resistencia, además de ser aislante eléctrico y resistente ante la conductividad térmica. Fabricado con base en materiales biodegradables lo convierte en una solución como reemplazo de materiales dañinos al ambiente. (Tecnología en marcha, 2013)

ESQUEMA Y SIMULACIÓN DE DISEÑO.



MATERIAL: plástico de palma de trigo.

Este organizador de contenedores, puede almacenar contenedores de diferentes capacidades en donde cada sección tiene su propio tamaño y espacio para tapas. La siguiente etapa de este modelo será en 3D con los materiales aplicados.

DISEÑO CUESTIONARIO BASE

Cuestionario Atributos CASSONETTO

Objetivo del cuestionario. conocer si los atributos que los productos de cassonetto tienen son relevantes para el mercado meta.

Indicaciones. Con la finalidad de cumplir el objetivo de este cuestionario, le solicitamos su colaboración para que conteste todas las preguntas planteadas a continuación.

1. ¿Qué edad tienes? _____
2. ¿Utilizas recipientes o contenedores para almacenar y/o transportar tus alimentos?
☐ Sí
☐ No

3. ¿Consideras que encontrar los contenedores y la tapa de los mismos es una tarea que te toma mucho tiempo y es laboriosa? ¿Sí, no y por qué?

- ☐ Sí
- ☐ No

¿Por qué?:

4. ¿Para tí, qué importancia tiene el orden de la cocina en tu vida diaria?

- ☐ Es muy importante
- ☐ Importante
- ☐ Poco importante

5. ¿Es importante para ti que los productos que usas en tu cocina sean de un material amigable con el medio ambiente?

- ☐ Es muy importante
- ☐ Importante
- ☐ Poco importante

6. ¿Cuál es el lugar que destinas para almacenar los contenedores que usas?

7. ¿Cuáles son los 3 principales atributos buscas en los productos especiales para la organización de la cocina?

8. ¿Cuál es el rango de precio en el que se encuentra el precio que estás dispuesta a pagar por racks biodegradables organizadores de contenedores?

- ☐ \$399-\$799
- ☐ \$799-\$1299

☐ \$1299-\$1699

9. ¿Consideras que un organizador de contenedores puede ser de utilidad para resolver el problema de desorden en los recipientes?

- ☐ Sí
☐ No

10 ¿Con qué frecuencia utilizas recipientes para transportar alimentos a la semana?

- ☐ 1-2 veces por semana
☐ 3-4 veces por semana
☐ Diario vi

11 ¿Con qué frecuencia sueles perder o no encontrar la tapa de tu recipiente principal?

- ☐ Muy seguido
☐ Seguido
☐ Nunca

12 ¿Tienes alguna preferencia sobre algún material reciclable, si, no, cual?

- ☐ Sí
☐ No
☐ ¿Cuál? _____

13. ¿Conoces las ventajas que ofrecen los productos hechos a base de trigo?

- ☐ Sí
☐ No

MATRICES EFI/EFE/IE/FODA BASE DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

MATRIZ EFI

DEBILIDADES	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Al ser un producto nuevo, carece de	0.3	3	0.9

posicionamiento en el mercado.			
El material es de origen extranjero por lo que es difícil conseguirlo.	0.2	3	0.6
Falta de personal de producción y que tenga el conocimiento suficiente sobre materiales.	0.1	1	0.1

FORTALEZAS	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Producto ecológico, material biodegradable	0.15	4	0.6
Fácil de acomodar en espacios reducidos, adaptable.	0.1	2	0.2
Diseño práctico que permite un acomodo eficaz.	0.15	3	0.45

TOTAL	1	14	2.85
-------	---	----	------

Conclusión: Nuestra principal debilidad es el poco o nulo conocimiento sobre el producto y sus ventajas, dificultando su ingreso al mercado. Otra problemática actual es el alcance de los insumos necesarios, ya que provienen principalmente del extranjero, causando una dependencia más compleja para conseguirlos y disponer de ellos.

En las fortalezas no dimos un valor tan alto debido a la poca complejidad del producto en algunos aspectos, sin embargo consideramos que nuestro principal atributo diferenciador es el ecológico, aumentando el valor del producto al usar materiales biodegradables.

MATRIZ EFE

AMENAZAS	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Constante aumento de precio de los materiales	0.3	3	0.9
Marcas bien posicionadas que tienen productos similares.	0.15	1	0.15
Proveedores chinos manejan precios más bajos.	0.1	1	0.1

OPORTUNIDADES	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Producto ecológico que permite expandir nuestro segmento de mercado	0.2	3	0.6
Canales de distribución accesibles, ventas en físico y en línea.	0.2	3	0.6
Generación de nuevas líneas de productos,	0.05	1	0.05

TOTAL	1	12	2.4
-------	---	----	-----

Conclusión: Como amenaza principal consideramos la problemática creciente del aumento en los costos de los materiales, un factor que dificulta el cálculo de las utilidades a largo plazo por su constante aumento de precio en el mercado extranjero.

Consideramos otras amenazas como el posicionamiento de mercado y los precios bajos del mercado chino, sin embargo creemos que pueden ser menores en comparación a la problemática anteriormente mencionada.

Para las oportunidades reconocimos 2 muy relevantes: el factor ecológico del producto que puede ocasionar una apertura en los segmentos del mercado; y por otro lado la accesibilidad que se podría manejar en los puntos de venta o canales de distribución del producto. Ambos factores pueden relacionarse para aumentar su valor y ambos pueden llegar a tener el mismo nivel de importancia por sí mismos.

FODA

FORTALEZAS • Este es un producto ecológico, de material biodegradable. • Fácil de acomodar en espacios reducidos, adaptable. • Diseño práctico que permite un acomodo eficaz.	DEBILIDADES • Al ser un producto nuevo, carece de posicionamiento en el mercado. • Material de origen extranjero, por lo tanto es difícil conseguirlo. • Falta de personal de producción que haga un producto y que tenga el conocimiento suficiente sobre materiales.
OPORTUNIDADES • Producto ecológico que permite expandir nuestro segmento de mercado • Canales de distribución accesibles, ventas en físico y en línea. • Generación de nuevas líneas de productos.	AMENAZAS • Constante aumento de precio de los materiales. • Marcas bien posicionadas que tienen productos similares. • Proveedores chinos manejan precios más bajos.

Plan de acción, generando estrategias según FODA cruzado.

	FACTORES INTERNOS	
FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	• La expansión y la entrada a nuevos mercados es una realidad, ya que es un producto ecológico, fenómeno por el que muchas generaciones	• El producto carece de posicionamiento en el mercado, pero el hecho de que es ecológico permite entrar a nuevos segmentos de mercado y

	tienen interés y buscan contribuir. • El diseño permite una organización eficaz, siendo una característica destacable. Abrir nuevas líneas de producto en el futuro recae en este atributo y funciona.	posicionarlo. • El producto carece de posicionamiento pero siempre es una opción entrar a nuevos canales de distribución. • El material es de origen extranjero, pero la generación de nuevas líneas de productos da lugar a la utilización de otros materiales.
AMENAZAS	• Se deben resaltar los atributos con los que se cuentan, especialmente que es adaptable y ecológico con la finalidad de competir y posicionarse en el mercado. • Los productos chinos tienen precios más bajos, pero no tendrán la misma calidad en materiales que cassonetto.	• Se tiene un material que se consigue en el extranjero y que puede aumentar de precio de manera considerable por lo que es necesario buscar otras alternativas nacionales. • Falta de posicionamiento y competencia directa fuerte. Es necesario destacar los diferenciadores.

3 propuestas que se asemejan al producto.

Patente 1

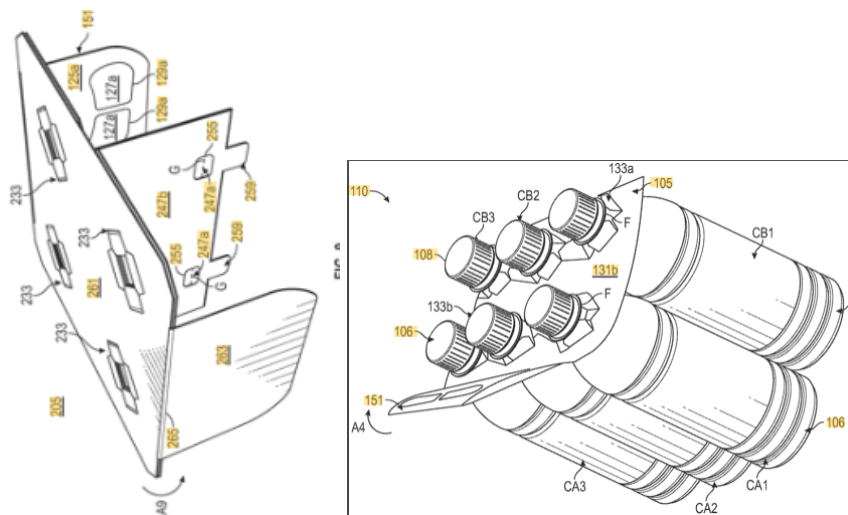
Nombre: Carrier For Containers

Descripción:

A carrier for holding a plurality of containers includes a plurality of panels. The plurality of panels includes at least one central panel for being attached to at least one container of the plurality of containers. The plurality of panels further includes at least one attachment panel foldably connected to

the at least one central panel, the at least one attachment panel comprises a plurality of container retention features for at least partially receiving a top portion of a respective container of the plurality of containers. The plurality of panels further includes at least one handle panel foldably connected to the at least one central panel for forming a handle of the carrier.

Boceto:



Patente 2

Nombre: CONTAINERS FOR STORAGE OR TRANSPORT OF ARTICLES OR MATERIALS, e.g. BAGS, BARRELS, BOTTLES, BOXES, CANS, CARTONS, CRATES, DRUMS, JARS, TANKS, HOPPERS, FORWARDING CONTAINERS; ACCESSORIES, CLOSURES, OR FITTINGS THEREFOR; PACKAGING ELEMENTS; PACKAGES NOTES

1. In this subclass, the indexing codes of B65D 2519/00004 - B65D 2519/00995 should be added, if applicable
2. This subclass covers:
 - containers, packaging elements or packages with auxiliary means or provisions for displaying articles or materials;
 - methods of packaging which are wholly characterized by the form of the package produced or the form of the container or packaging element used, as distinct from the operations performed or the apparatus employed, which are covered by subclass B65B

3. This subclass, which is intended to be as comprehensive as possible, only excludes containers or packages of a nature clearly confined to a single other subclass, which are classified in that subclass
4. In this subclass, groups B65D 5/00, B65D 27/00, B65D 29/00, B65D 31/00 or B65D 65/00 include constructional features of foldable or erectable container or wrapper blanks as well as the containers or wrappers formed by folding or erecting such blanks
5. Containers, packaging elements or packages classified in group B65D 85/00, are also classified according to the constructional or functional features, if such features are of interest
6. In this subclass, the following terms or expressions are used with the meanings indicated:
 - "rigid or semi-rigid containers" includes:
 - a. containers not deformed by, or not taking-up the shape of, their contents;
 - b. containers adapted to be temporarily deformed to expel their contents;
 - c. pallets;
 - d. trays;
 - "flexible containers" includes:
 - a. containers deformed by, or taking-up the shape of, their contents;
 - b. containers adapted to be permanently deformed to expel their contents;
 - "packaging elements" includes:
 - a. elements, other than containers, for covering, protecting, stiffening, or holding together articles or materials to be stored or transported;
 - b. packaging materials of special type or form not provided for in other subclasses;
 - "packages" includes:
 - a. combination of containers or packaging elements with articles or materials to be stored or transported;
 - b. articles joined together for convenience of storage or transport;
 - "paper" includes materials, e.g. cardboard, plastic sheet materials, laminated materials, or metal foils, worked in a manner analogous to paper;
 - "large containers", in groups B65D 88/00 or B65D 90/00, means containers having about the size of containers used in

container traffic, sometimes referred to as freight, forwarding or "ISO" (International Standardization) containers, or larger containers

7. Tamper-indicating means for containers or closures are classified in the group appropriate to the type of container or closure, e.g. B65D 5/54, B65D 17/00, B65D 27/30, B65D 27/30, B65D 27/34, B65D 33/34, B65D 41/32, B65D 47/36, B65D 49/12, B65D 51/20, B65D 55/06

Patente 3

Nombre: Stackable and Transportable Container for Containers

The US Patent 10,368,847 B2, was granted on August 6, 2019. The patent describes a container that is designed to store and transport containers of different sizes and shapes, and can be easily stacked.

The container itself is built with a modular structure, which means that different types of containers can be combined to meet specific storage and transportation needs. The container is also designed to facilitate access to the containers stored inside through removable doors and/or side panels.

The patent also describes how the container can be stacked safely, as it has locking and support elements that prevent the containers from sliding or falling during transportation or storage.

The US Patent 10,368,847 B2 describes a versatile and safe container for the storage and transportation of containers of different sizes and shapes. Its modular design and safety features make it ideal for use in a wide range of industries and applications.

Mejoras del producto:

1. Implementación de un nuevo accesorio para el organizador, que sería un contenedor de botellas
2. Incluir las características de construcción de los envases o envoltorios plegables, así como los envases o envoltorios formados al doblar o montar dichos espacios en blanco
3. Buscar materiales con menor costo para reducir costos de producción y distribuidores más cercanos para evitar , gastos como impuestos, aduanas, agente aduanero, etc...
4. Ampliar la gama de colores disponibles.

5. Tener materiales más accesibles, lo que hará que tengamos más gente especializada en ellos.

Agregamos los siguientes atributos:4

- **Fácil almacenamiento:** se refiere a la capacidad de almacenar objetos, productos o artículos de manera conveniente y sencilla. Se trata de un sistema de almacenamiento que permite acceder a los objetos de forma rápida y eficiente, sin necesidad de pasar por un proceso complicado o tedioso.
- **Flexibilidad:** es la condición de plegarse según la voluntad de otros y la susceptibilidad para adaptarse a los cambios de acuerdo a las circunstancias. (Gil)
- **Mayor capacidad:** la capacidad de una máquina o dispositivo, como la capacidad de almacenamiento de un disco duro o la capacidad de procesamiento de un procesador.
- **Menor precio:** se refiere a una reducción en el costo de un producto o servicio, lo que hace que el precio sea más bajo en comparación con su valor original o el precio de mercado.
- **Variedad de tonos:** se refiere a la amplia gama de colores o tonalidades disponibles en un producto o en una obra artística. Esta variedad puede ser tanto en la cantidad de tonos disponibles como en la diferencia de matices entre ellos.

Ponderación:

Cambio de matrices FODA:

DEBILIDADES	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Al ser un producto nuevo, carece de posicionamiento en el mercado.	0.2	3	0.6

El material es de origen extranjero por lo que es difícil conseguirlo.	0.1	1	0.1
Falta de personal de producción y que tenga el conocimiento suficiente sobre materiales.	0.05	1	0.05

FORTALEZAS	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Producto ecológico, material biodegradable	0.15	4	0.6
Fácil de acomodar en espacios reducidos, adaptable.	0.3	2	0.6
Diseño práctico que permite un acomodo eficaz.	0.2	3	0.6

TOTAL	1	14	2.55
-------	---	----	------

MATRIZ EFE

AMENAZAS	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Constante aumento de precio de los	0.15	1	0.15

materiales			
Marcas bien posicionadas que tienen productos similares.	0.15	2	0.30
Proveedores chinos manejan precios más bajos.	0.08	1	0.08

OPORTUNIDADES	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Producto ecológico que permite expandir nuestro segmento de mercado	0.1	2	0.2
Canales de distribución accesibles, ventas en físico y en línea.	0.22	4	0.88
Generación de nuevas líneas de productos,	0.3	4	1.2
TOTAL	1	12	2.81

DESCRIPCIÓN DE BASES DE DATOS DE PATENTE CONSULTADAS

Google Patents es un servicio gratuito en línea proporcionado por Google que permite a los usuarios buscar y acceder a patentes concedidas por la Oficina de Patentes y Marcas de EE. UU. (USPTO) y otras oficinas de patentes de todo el mundo.

Además, Google Patents también permite a los usuarios ver los detalles de las patentes, como los dibujos y las descripciones, así como los documentos relacionados con la patente, como los informes de examinadores y los documentos de presentación.

[illegible]

Tamaño del mercado objetivo.
1-3 años valor en USD.

En primer lugar tenemos que determinar cuántas personas compran en Amazon y en mercado libre en México. Según las estadísticas, en México somos 130,262,220 personas y 67.3% de la población utiliza Mercado libre, siendo 87,275,687.4. Por el lado de Amazon, es el 30.3%, siendo 39,078,666.

De estos totales sólo se le quiere vender a mujeres, por lo que en cada canal se tiene el siguiente porcentaje:

Mujeres en Mercado Libre. 60.1% o 78,287,594.22

Mujeres de Amazon. 29.9% o 11,684,521.13

Amas de casa. Según las estadísticas de INEGI, 6 de cada 10 mujeres o 58.8% se dedican a la actividad doméstica por lo que esto nos arroja:

Mujeres amas de casa, Mercado Libre: 46,033,105.4

Mujeres amas de casa, Amazon: 6,870, 498.424.

TOTAL: 52'903,603.82

Mujeres millennials que realizan compras en línea: 67%= 35,445,414.56

Precio unitario de venta: 1,699

Valor de mercado: $6.022175934 \times 10^{10}$

3,011,087,967 USD POR AÑO.

Proyección a 5 años Mercado meta. Valor en USD y/o unidades. Tendencia cíclica, temporal, etc. Archivos de Inv. De mercados

AÑO 1: 3,011,087,967

AÑO 2: 3,251,975,004

AÑO 3: 3,512,133,005

AÑO 4: 3,793,103,645

AÑO 5: 4,096, 551,937

TODO EN USD, tomando en cuenta un 8% de inflación.

COSTO DE FABRICACIÓN Y RETORNO DE INVERSIÓN.



MARKETING MIX



CARTA

Bibliografía:

ELIKA fundación Vasca de la Seguridad Agroalimentaria. (s.f.). *LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN* . Recuperado el 2 de Marzo de 2023, de LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN : <https://alimentos.elika.eus/wp-content/uploads/sites/2/2017/10/14.Limpieza-y-desinfecci%C3%B3n.pdf>

Ministerio de comercio exterior y turismo Perú y SGS. (2015). *Guía de envases y embalajes*. mincetur. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/talleres_2/42.pdf

Ministerio de educación. (s.f.). El valor del orden. Recuperado de: <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/10/El-Orden.pdf>

De Luna A. (2020). Tiempo y cultura. La sociedad de la inmediatez. Universidad de Sevilla. Recuperado de: <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/10/El-Orden.pdf>

García, A. (2013). Madera Plástica con paja de trigo y matriz polimérica. Dialnet. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4835722.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2009). Guía de envases y embalajes. Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe>

Smalley, B. (2018, 14 diciembre). Carrier For Containers. [https://patents.google.com/patent/US20200189820A1/en?q=\(containers\)](https://patents.google.com/patent/US20200189820A1/en?q=(containers))

CPC Scheme - B65D CONTAINERS FOR STORAGE OR

TRANSPORT OF ARTICLES OR MATERIALS, e.g. BAGS,

BARRELS, BOTTLES, BOXES, CANS, CARTONS, CRATES,
DRUMS, JARS, TANKS, HOPPERS, FORWARDING CONTAINERS;
ACCESSORIES, CLOSURES, OR FITTINGS THEREFOR;

PACKAGING ELEMENTS; PACKAGES. (s. f.).
<https://www.uspto.gov/web/patents/classification/cpc/html/cpc-B65D.html>

Gil, M. J. (s.f.). *LA FLEXIBILIDAD EN LA FABRICACION: BASES PARA SU DEFINICION Y MEDIDA*. Recuperado el 31 de Marzo de 2023, de <https://core.ac.uk/download/pdf/29399915.pdf>

Koenig, A. (2009, June 29). *US20110155613A1 - Stackable Container Assembly with Reciprocal Locking of the Stacked Containers* - Google Patents.
<https://patents.google.com/patent/US20110155613?oq=Stackable+and+Transportable+Container+for+Containers>

Gutierrez E. (2022). INEGI realiza estudio sobre clases sociales según promedio mensual de salario. Once digital. Recuperado de:

<https://oncenoticias.digital/economia/inegi-realiza-estudio-sobre-clases-sociales-segun-el-promedio-mensual-de-salario/140123/amp/>