

Flash Movies

Autores:

Arturo Barberena Velázquez

Rodrigo Castañeda Cerdán

Estefanía Moreno Innamorato

Elizabeth Solís Valle

Profesor Responsable: M.D.I. Raúl Miranda Pasquel y Rojas

Escuela: Centro universitario Anglo Mexicano

Nivel Preparatoria, categoría Humanística, desarrollo de productos por investigación de mercado.

Problema: El sector de población que viaja constantemente tiene la necesidad de una forma de entretenimiento rápida y menos costosa. Las películas en formato CD se dañan fácilmente y son costosas.

Objetivo: Lanzar al mercado un sistema de renta de películas en formato USB dentro del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.

Hipótesis: Si el sector del mercado al que nos estamos enfocando es tan amplio y tiene las posibilidades para adquirir nuestro producto, nosotros generaremos el interés de la gente por comprarlo. Entonces nuestro negocio será rentable.

Marco teórico:

Plaza: Se lanzará a la venta en puntos estratégicos, como los aeropuertos y centrales de autobuses, ya que en estos lugares la gente busca entretenerse mientras tiene que esperar su vuelo o durante éste buscan una buena forma de entretenerse.

Mercado objetivo: Nuestro mercado objetivo será el sector de la población que viaja y que tiene los recursos suficientes para poder costear nuestro producto, aparte de ser un sector interesado en este tipo de entretenimiento.

Funcionamiento:

- Nuestra empresa trabajara con un formato de registro de membrecía, que es adquirir un USB propio de Flash Movies, que tendrá un número de serie registrado en la compañía, así que sólo podrá almacenar la película en éste. Tendrá un costo

alrededor de \$160, lo que incluye una memoria USB de 2GB y una renta de película de catálogo

- La renta de la película será por 72 horas, a la hora de la renta la película tendrá un registro de hora y fecha, así el archivo estará configurado para dejar de reproducirse en ese tiempo.
- Compraremos las películas por internet directamente con las compañías que las venden, de esta manera no estaremos siendo partícipes de la piratería Además éstas cuentan con un sistema DRM, que es un sistema de seguridad anti copia.

Publicidad: En medios de comunicación dirigidas a personas que vuelan con frecuencia: revistas de aerolíneas, volantes y espectaculares en el en el aeropuerto. Buscaremos que el producto sea vendido también durante el vuelo de alguna aerolínea.

Ventaja competitiva: No existe un producto como el nuestro en el mercado. También el instalarnos en el aeropuerto es una ventaja, pues satisfacemos la necesidad de los viajeros de tener una forma de entretenimiento rápida y no tan costosa.

Competencia: Los programas ya existentes para descargar películas por internet, pero al viajar normalmente no se tiene tiempo de descargar películas antes de abordar y no hay red durante el vuelo para hacerlos, además de que esto es un hecho que no está permitido ante la ley. También se consideraría como competencia a los video centros, pues también se dedican a la renta de películas, la diferencia es que nuestro producto abarca aspectos muy diferentes, pues va dirigido a otro mercado y es un sistema completamente diferente.

	Costos	Precio al público	Utilidad
USB	\$ 63.48*	\$160	\$ 83.83
Película nueva	\$ 38.09	\$70	\$ 31.91
Película de catálogo	\$ 12.69	\$50	\$ 37.31

	Cantidad vendida	Utilidad
USB	500	\$ 41,915.00
nueva	200	\$ 6,382.00
catálogo	300	\$ 11,193.00
	total	\$ 59,490.00

	Egresos (estimado)	
RENTA stand	1	\$ 12,690.00
PUBLICIDAD	1	\$ 230,000.00
SALARIOS	2	\$ 10,000.00
Gastos de Instalación		\$ 70,000.00
TRANSPORTES		\$ 10,000.00
USB	500	\$ 31,740.00
PELICULA NUEVA	200	\$ 7,618.00
PELICULA CATALOGO	300	\$ 3,807.00
TOTAL		\$ 375,855.00

Ingreso según cantidad de viajeros (estimado)	
cantidad de viajeros en 1 mes	2,145,806.30
cantidad de viajeros con lap top (10%)	214,580.63
posibles compradores (1.5%)	32,187.09

Conclusión: nuestro producto cuenta con ventajas de peso en el mercado, es único en su categoría y satisface las necesidades del consumidor. Esto aunado a la rentabilidad de éste hace que el proyecto sea una idea viable para su realización.

Bibliografía:

<http://www.aicm.com.mx/Obligaciones/Archivos/infodirectorgener/InfDirEneOct2007.pdf>

- <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2009/05/18/184891.php>
- <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/software/2008/04/02/175527.php>
- <http://www.pixbox.com/#/que-es-pixbox>