

Universidad Miguel Hernández
Facultad de Ciencias Sociales y
Jurídicas de Elche
Administración y Dirección de
Empresas
Trabajo Fin de Grado
Año 2014/2015

La Importancia del Marketing y el I+D

Alumna: Sonia Santiago González

Tutora: María Elena González Gascón

INDICE

| | |
|---|----|
| Resumen | 3 |
| Introducción | 4 |
| Descripción breve del proyecto | 5 |
| Análisis externo | 8 |
| Análisis interno | 14 |
| Objetivos del marketing | 18 |
| Segmentación del mercado y descripción del público objetivo | 18 |
| Posicionamiento | 26 |
| Plan de acción | 26 |
| Política de producto | 27 |
| Política de precio | 28 |
| Política de promoción | 28 |
| Presupuesto del plan de marketing | 29 |
| Planificación temporal y medida de control | 30 |
| Conclusiones | 31 |
| Bibliografía | 32 |

Resumen

En este trabajo de fin de grado se va a hablar del continuo cambio en innovaciones tecnológicas, mostrando una amplia visión global de diferentes productos y usos que se le pueden dar a un mismo material, también se reconocerá la importancia que tiene la continua evolución de la tecnología para poder desarrollar e innovar productos que se asemejen a la época en la que vivimos.

Se va a mostrar como obteniendo un modelo de utilidad en base a un producto ya registrado, se obtiene la exclusividad de la utilización y aplicación de las mejoras, modificaciones o nuevos usos incorporados al producto, con esto también se pueden lograr diferentes funciones en diferentes mercados y áreas comerciales.

Se ha cogido una pantalla ya registrada por Samsung, pero sin uso actualmente comercial y se le han otorgado unos usos de utilidad para los cuales inicialmente el fabricante no la ha concebido, puesto que Samsung la publicita como una pantalla transparente de televisión.

Basándonos en un producto patentado hace más de 10 años por otra empresa distinta a la anterior, y cogiendo productos del mercado de tecnología actual, se puede crear una lámina transparente en la cual se consigue generar imágenes en movimiento como pueden ser logos de empresa o imágenes emitidas desde un ordenador, que sustituyan los actuales métodos de publicidad como son los carteles, las pizarras, los vinilos, etc. Técnicas de publicidad, en los que en este mundo tecnológico, se siguen viendo en la totalidad de los escaparates de las diferentes ciudades del mundo.

Gracias a este producto ya registrado y dándole un uso diferente al actual, en época en la que todo el mundo tiene posesión de un Smartphone, se puede brindar la oportunidad para que desde el propio teléfono móvil, Tablet, Ordenador Portátil, etc. se puedan trasladar a los escaparates todas las ideas que se tengan para la captación de nuevos clientes.

Con esta innovadora forma de publicidad se puede dejar a un lado el antiguo método de escribir sobre papel o cartulina las diferentes ofertas, descuentos o novedades que se disponen en el local, para posteriormente colocar en los escaparates.

Introducción

Estamos acostumbrados a recibir noticias sobre ofertas de moda, de electrodomésticos, de nuevas películas en cartelera... mediante anuncios en escaparates de centros comerciales. Pero, ¿qué pasaría si sustituimos el tradicional y aburrido cartel, por un simple cristal que pueda mostrarnos un video sobre lo que desean informarnos y a la vez se pueda ver lo que hay en el interior de la tienda?

En este proyecto se va a estudiar la posibilidad de lanzar al mercado un producto como es la pantalla lcd transparente, y añadiendo a esta pantalla una lámina con la tecnología de puntos, también llamada Displax, se podrá visualizar imágenes en movimiento sin la necesidad de invertir en exceso. Para ello se va a analizar a sus principales competidores y a la vez sus posibles clientes.

Como cuenta una noticia sobre Samsung en el periódico Peru21 (29 de diciembre de 2011), la pantalla lcd transparente es un cristal de bajo consumo y con una calidad de imagen elevada. Es a su vez ecológica e independiente, pues su batería se alimenta de la luz solar. Estas pantallas no tienen la obligación de utilizar una fuente de luz necesaria para poder mostrar su imagen, ya que utilizan la luz ambiental, a excepción de las noches, puesto que es el único momento que utilizan una luz de fondo.

Otra ventaja de estas pantallas, es su consumo de energía, pues emplean menos del 90%, en comparación con los sistemas convencionales de pantallas lcd. Como nos cuenta Fernando Triveri en el periódico Redusers.com (02 de enero de 2012).

Todo esto es posible gracias a las células fotovoltaicas de polímeros. Se trata de unas células orgánicas que generan electricidad a partir de la luz solar. Lo que causa que sean más económicas, más ligeras y más resistentes como se cuenta en un artículo en la enciclopedia libre Wikipedia (29 de junio de 2009).

El competidor más fuerte es Samsung, pues ya mostraron en el año 2012 este panel. Según nos cuenta Box byte en una noticia de la página Fayerwayer.com (02 de febrero de 2012), se trata de un cristal ecológico de bajo consumo de energía, calidad de imagen HD y con la capacidad de operar de forma independiente gracias a la energía solar captada en la batería de repuesto.

Como ya comentaban en la noticia, Samsung sacó estos paneles para ser aplicados en ventanas, monitores y dispositivos móviles, sin embargo su uso práctico llegaría primero junto con un panel táctil a aparadores y dispensadores.

Sin embargo, se puede llegar más lejos y abarcar más mercados, como en centros comerciales, reproduciendo en la pantalla LCD transparente sus productos. También se pueden encontrar clientes en el área médica, poniendo estos cristales en distintas áreas de hospitales para ayudar en la comodidad de los pacientes. Igualmente puede llevarse al mercado aeroespacial, ya sea cambiando los ventanales de los aeropuertos por estos cristales que puedan mostrar, por ejemplo, el tiempo que hará en el lugar de destino o mostrando si el vuelo va a retrasarse. Del mismo modo podría comercializarse en el mundo empresarial, cambiando las aburridas paredes de fábricas u oficinas en cristales que puedan mostrar un lugar exótico o una ciudad repleta de gente.

Descripción breve del proyecto

La invención describe un dispositivo para la reproducción de imágenes estáticas y en movimiento, capacitado para medir la cantidad de luz que necesita para reproducir las imágenes por medio del cristal.

El dispositivo es altamente novedoso, pues aunque ya lo haya sacado a la luz la conocida marca Samsung, todavía no se ha comercializado ningún uso específico del producto.

Y no es solo el poder reproducir imágenes sobre una superficie transparente, si no también es una innovación apta para ser aplicado en los más diversos ámbitos, tales como el sector comercial en los escaparates, la construcción, la publicidad, en el hogar y en la oficina, en la industria aeroespacial, la aeronáutica, la automoción, en invernaderos, en gafas de vista o de sol, en muebles, en separadores de ambientes para oficinas, así como en cualquier otra aplicación que se considere apropiada.

Pero antes de seguir desarrollando el producto se va a hablar de sus precedentes.

Hace unos años, para poder dar publicidad en los establecimientos se ponían en los escaparates cartulinas o pancartas en los que se promocionaba los productos que había en el interior de la tienda. Eso provocaba que la gente no se fijara, pues no era demasiado atractivo para la vista por falta de dinamismo. Pero al mismo tiempo, quitaba

protagonismo a los productos que se mostraban en el escaparate, ya que los ocultaba detrás de ellos.

Lo mismo ocurría con las pantallas de televisión. Sí, es cierto que las pantallas para escaparates son uno de los más efectivos soportes publicitarios al alcance de cualquier comercio por pequeño que sea su volumen de negocio. Atraer la atención, en primer lugar, es una de sus funciones primordiales. Una pantalla emitiendo videos y animaciones de forma continua no pasa nunca desapercibida, siendo un valor ventajoso para su negocio. Por otro lado nos permite mostrar nuestras promociones, ofertas, servicios y productos de una forma muy gráfica. Esto hace a nuestra comunicación muy cercana y de comprensión instantánea para el público objetivo.

Pero seguía habiendo el mismo problema de falta de visualización del producto en el aparador, ya que las pantallas de televisión ocupan demasiado espacio y como es obvio no se transparentan.

Acto seguido, aparecen los proyectores, que como se cuenta en la enciclopedia libre Wikipedia. (26 de abril de 2011), un proyector de video es un aparato que recibe una señal de video y proyecta la imagen correspondiente en una pantalla de proyección usando un sistema de lentes, permitiendo así mostrar imágenes fijas o en movimiento.

Todos los proyectores de video utilizan una luz muy brillante para proyectar la imagen, y los más modernos pueden corregir curvas, borrones y otras inconsistencias a través de los ajustes manuales. La señal de video de entrada puede provenir de diferentes fuentes, como un sintonizador de televisión (terrestre o vía satélite), un ordenador personal, etc.

Más relacionado con el tema a tratar, esta misma página habla también de los proyectores LCD. Es un sistema de pantalla de cristal líquido bastante simple, por lo que se trata de uno de los sistemas más comunes y accesibles para el uso doméstico. En esta tecnología, la luz se divide en tres y se hace pasar a través de tres paneles de cristal líquido, uno para cada color fundamental (rojo, verde y azul); finalmente las imágenes se recomponen en una, constituida por pixeles, y son proyectadas sobre las pantallas mediante un objetivo.

Alguno de los inconvenientes de este sistema es que hay posibilidades de que aparezca algún que otro pixel muerto, además de tener que depender también de la bombilla, puesto que la vida de la lámpara es de aproximadamente 2000 horas.

También puede citarse un sistema de proyección de imágenes conocido como “holoscreen” en el que las imágenes que se desean reproducir se visualizan en una pantalla de cristal grueso y no transparente, es decir, que las imágenes no salen del propio cristal.

Este sistema es altamente caro y en su modo inactivo no permite la perfecta visibilidad a través de la pantalla, ya que tiene solamente un 60% de transparencia por ser su superficie rugosa, siendo esta característica una limitación que impide, por ejemplo, la adecuada visualización de productos expuestos en el escaparate de una tienda. Según hablan en una noticia de la página web tvplayvideos.com.

También se puede nombrar las pantallas tricolor formadas por diodos emisores de luz, también conocidas como “Leds”, que son generalmente utilizadas para la presentación de animaciones en paneles, por ejemplo, en el exterior de edificios.

Entre las principales desventajas de estas pantallas de leds, según comentan en el artículo de la enciclopedia libre Wikipedia (17 de enero de 2010), cabe señalar que la norma de animación esta expresada por una sucesión de imágenes básicamente estáticas, mientras que su precio se eleva considerablemente en caso de incorporar alguna capacidad de reproducción de imágenes de video, proporcionándose como una unidad compacta, y sin que sea posible ver a través de la misma aun en estado de inactividad.

Otro ejemplo del que se habla en la página Wikipedia lo constituyen los dispositivos conocidos en el mercado como “Jumbotron”, y que consisten en televisores gigantes tales como los que suelen verse en encuentros multitudinarios, por ejemplo, en estudios deportivos donde se realizan espectáculos musicales. Uno de los mayores inconvenientes de estos dispositivos es su muy alto costo de alquiler, además de no permitir ver a través del mismo en su estado inactivo.

También se conocen los televisores de plasma con las que se está implementando una variante comercial, con la intención de aumentar su penetración en el mercado, que consiste en la colocación de paneles en escaparates que abarcan varias unidades con la finalidad de provocar la atracción de los clientes que pasan frente a los comercios.

Entre los inconvenientes de estos televisores se destaca el alto costo de cada panel y el hecho de que la instalación de múltiples unidades implica obstruir la visión hacia el interior del local comercial, tanto cuando el sistema está activo o inactivo.

Según la empresa de internet Oblicua (2015), encargada de poner publicidad en medios de transporte, principalmente en autobuses. La publicidad en movimiento tiene una máxima segmentación geográfica por rutas y zonas de interés. También tiene una alta visibilidad debido al gran tamaño de los carteles, a su proximidad con el tráfico, y a las infinitas posibilidades creativas que permite el soporte: traseras integrales, rotulación integral de los autobuses... La publicidad en autobuses es muy efectiva y, según datos de EGM, Estudio General de Medios, (2014), consigue el mayor índice de recuerdo dentro de los soportes de publicidad exterior.

Pero, como es evidente, este tipo de publicidad con el tiempo resulta bastante cara, pues el mantener los carteles por grandes periodos de tiempo afecta notoriamente al capital de la empresa.

Y el tener que cambiar cada pocos periodos de tiempo los carteles también lleva un alto coste, y por qué no decirlo, de la misma manera, acarrea perder considerable tiempo de trabajo.

Análisis externo

Para desarrollar el análisis externo en relación con el producto que se ha escogido para la comercialización, se ha de desgranar cada entorno dependiendo del uso al que vaya destinado.

Entorno legal, en relación con el producto en sí, para poder comercializarlo sin el riesgo de que la competencia pueda plagiar los diferentes usos que se le quiere dar, es necesario registrar una patente. En este caso, debido a lo que se quiere patentar no es el producto en sí, puesto que ya está patentado, si no registrar los métodos de usar el producto, lo que se realizará es un registro de un Modelo de Utilidad.

El modelo de utilidad protege las invenciones con menos categoría inventiva que las protegidas por Patentes, es decir, el mecanismo, herramienta o instrumento protegido por el Modelo de Utilidad se identifica por su utilidad y su práctica y no por su estética como ocurre con el diseño industrial.

La eficacia de la protección de un Modelo de Utilidad es similar al concedido por la Patente, y la duración del modelo de utilidad es de diez años desde la presentación de la solicitud. Además para el mantenimiento de este derecho es necesario pagar las tasas

anuales, las cuales se pueden observar en la página oficial de Oficina Española de marcas y patentes (Enero de 2015).

Todo lo anteriormente mencionado es necesario para poder registrar todos los usos que se le quieran dar al producto, pero en cada sector o mercado al que se quiere mandar el producto hay diferentes normativas o leyes que son necesario cumplir.

En el mercado de los vehículos, para poder añadir esta tecnología a los diferentes cristales que contiene el automóvil, es necesario recurrir a la normativa legal vigente (certificado de homologación) en el cual se desarrolla un informe de conformidad, que es emitido por un laboratorio de automoción que realiza ensayos sobre la pieza para demostrar que es segura, funciona correctamente y está bien instalada.

Normalmente estos ensayos se guardan en una base de datos y no hace falta repetirlos en todos los coches, sin embargo el laboratorio justifica que dicha reforma o variación ha sido probada en las circunstancias pertinentes.

Se puede comprobar dichas homologaciones en el boletín oficial del estado, con las nuevas normativas para cristales solares en vehículos (ITV) (24 de julio de 2010).

Para poder introducir este tipo de tecnología en el pequeño mercado de los invernaderos, será necesario visitar antes la página de Urbanismo de cada Ayuntamiento, para poder leer la normativa donde figura que tipo de materiales se pueden implantar en estas superficies cerradas destinadas para la producción de cultivos, (28 de enero de 2013).

Para todas las actuaciones de uso del suelo, la construcción y edificación para la implantación y el desarrollo de actividades, y en particular, las obras de ampliación, reforma, modificación o rehabilitación de edificios, construcciones e instalaciones ya existentes, cualquiera que sea su alcance, finalidad y destino, así como la construcción e implantación de instalaciones de toda clase de nueva planta, estarán sujetas al artículo 151 de la ley 9 / 2001 del 17 de Julio de 2001.

En el mercado de las placas solares ocurre lo mismo que con los mercados de invernaderos, hay que acogerse a la normativa de urbanismo de cada Ayuntamiento, pero además, habrá que regirse a la ordenanza tipo sobre captación de energía solar térmica y fotovoltaica (20 de julio de 2007), dicha ordenanza regula la incorporación de captación y utilización de energía solar activa de baja temperatura, a través de instalaciones de energía solar térmica y fotovoltaica.

Para poder aplicar esta tecnología en las cristalerías de los diferentes aeropuertos del país, AENA requiere que se cumplan los objetivos de calidad acústica para ruido aplicables al espacio interior habitable que se recoge en el Real Decreto 1367 / 2007, de 19 de octubre.

Real Decreto que se puede observar en la página oficial del Ministerio de Fomento (23 de octubre de 2007).

La ejecución de los Planes de Aislamiento Acústico, supone la realización de las siguientes actuaciones como son la inclusión de las viviendas en los citados Planes, y medición del aislamiento acústico existente de dichas viviendas que permita determinar las posibles necesidades de aislamiento suplementario.

En referencia al mercado de la publicidad en los grandes almacenes comerciales, habrá que acudir a la ley 16 / 1999, de 29 de abril, de comercio interior de la comunidad de Madrid. Se puede estudiar que en el título tres se fijan los horarios comerciales, pues en la Ley 4 / 1994, de 6 de junio se establecen calendarios de horarios comerciales por las que se regulan los horarios para la apertura y cierre de los locales mercantiles, además de mostrar el horario para el uso de la publicidad en los comercios.

También en el título cuatro de esta ley, se regulan una serie de modalidades de venta o prácticas comerciales, efectuadas fuera de establecimientos mercantiles, y las denominadas ventas promocionales.

Todas estas normativas que hacen referencia a los diferentes usos del producto se han de tener en cuenta para evitar posibles trabas administrativas con posterioridad.

Respecto al entorno económico, se puede mencionar que en consecuencia de haber sufrido una crisis económica global, se consigue diferenciar dos grupos de personas, el tipo de personas a los que les ha afectado la crisis pero pueden acceder a la inversión de capital en este producto, y el tipo de personas a los que les ha afectado la crisis y no están con una situación adquisitiva positiva.

Esto no significa que el producto sea demasiado costoso, pero cuando una empresa no se encuentra en disposición de invertir capital en bienes secundarios, se decide prescindir de estos hasta que la situación en la compañía mejore.

Si se decidiera intentar ofrecer este producto a las empresas del tipo de El corte Inglés, se tendría bastante éxito debido a su gran capacidad económica que tiene esta compañía, pues según informa el periódico El diario a fecha 26 de Abril de 2015, escrito por Vélez,

a lo largo del año 2014 El Corte Inglés logró la firma de 497 contratos públicos. Estas contrataciones alcanzan negocios tan diversos como la oferta del gran almacén por excelencia, desde la informática al textil hasta la alimentación, el sector sanitario, los viajes, la electrónica, el mobiliario del hogar o la construcción, siendo estas algunas de las áreas más importantes que la compañía ha logrado captar. Todas estas contrataciones se estiman por un valor de aproximadamente los 128 millones de euros, según datos recogidos en el Boletín Oficial del Estado y el portal de contratación del Estado.

Sin embargo, el grupo El Corte Inglés destaca que sus ventas en el sector público son presumiblemente inferiores a las de otras grandes empresas, es decir, que los ingresos que esta gran compañía comercial recibe de las administraciones están muy lejos de los obtenidos por otras grandes compañías españolas.

Ahora bien, si en lugar de centrar el producto en publicidad de grandes compañías comerciales se concentra en el sector automovilístico con la propuesta antirrobo, no sería necesario ir demasiado lejos, pues la compañía Ford Almussafes que se encuentra en Valencia, según informaron en el Periódico Información a (10 de junio de 2015), y el autor Zaragoza en el Periódico Levante (5 de Mayo de 2015).

La gran compañía automovilística crecerá a lo largo del año 2015, un 40 por ciento, pues ya lo anunció en la factoría valenciana el presidente mundial de la compañía automovilística, Mark Fields.

Además el actual presidente del gobierno, Mariano Rajoy ha reconocido el mérito del sector de la industria de automoción como uno de los motores principales de la economía, también en esta etapa de la crisis económica. Por ese motivo ha reconocido la apuesta de Ford por el país, y se la pedido sin más que siga invirtiendo en la planta valenciana.

Ante todo esto, se recalca que la compañía Ford ha invertido 2.300 millones de euros en la planta valenciana desde el año 2011, teniendo la capacidad para producir cerca de los 450.000 vehículos al año, y estos datos la sitúa como la planta más moderna y flexible del sector mundial.

En el sector de los aeropuertos en el territorio español y en algunos puntos clave de Europa, si se decidiera optar por ofrecer este producto se debería de acudir directamente a la compañía clave en este mercado, como es la empresa Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA).

Como informa el periódico El Mundo (9 de junio de 2015), la situación económica de AENA ha cambiado de tener una deuda de 14 millones de euros en el año 2013 a cotizar en el Ibex 35, al que solo acceden las compañías con mayor negociación de España, solo 2 años después, y lo hará, además, siendo uno de los diez valores que más volumen de negocio acapara y uno de los veinte con mayor capitalización.

Al mismo tiempo, esta sociedad no solo gestiona 46 aeropuertos y 2 helipuertos en territorio nacional, sino que también participa directa e indirectamente en la gestión de otros 15 aeropuertos en Europa y América.

En el entorno cultural se puede decir que las generaciones cambian con el paso del tiempo, del mismo modo que cambian las modas, y en el tema de consumo ocurre lo mismo.

La globalización ha modificado los estilos de vida de las personas, en distintos aspectos como la alimentación, el vestuario, la moda, el consumo o el entretenimiento.

Según cuentan Jarillo y Martínez en “Estrategia internacional más allá de la exportación”,...Los medios de comunicación han contribuido a la masificación de determinados patrones de comportamiento, de gustos o de maneras de actuar, generando uno de los rasgos característicos de la sociedad actual: la cultura global de masas.

A medida que las personas se van integrando cada vez con más frecuencia en diferentes culturas, y la sociedad va evolucionando, los ciudadanos obtienen más variedades de productos.

La difusión de la cultura global de masas ha permitido la formación de una industria de bienes y servicios asociados a ella como los artículos tecnológicos y una increíble gama de productos que se ponen a disposición de las personas en todas partes del mundo.

Gracias a la evolución cultural, y a los cambios de moda, la gente ha pasado de consumir productos peligrosos tanto para el ser humano como para el medio ambiente, y cambiarlos por productos más ecológicos y saludables, esto se puede ver con el siguiente ejemplo.

Hace años, el éxito estaba basado en diferentes hidrocarburos, entre ellos el petróleo, sin tener en cuenta la problemática de esta sustancia, y es que, estos hidrocarburos son sustancias inflamables y se hace complicado su tratado. Esto provoca que en las zonas de trabajo de este producto haya en exceso riesgo de accidentes.

Además el manejo constante de esta materia puede provocar serios problemas de salud. Y no solo perjudica gravemente la vida de cualquier ser vivo, sino que también provoca daños en el medio ambiente.

Por ese motivo, las nuevas tecnologías han ayudado a la creación de energías renovables, como son las placas solares, dispositivo que aprovecha la radiación solar para generar energía. Estas placas suponen un ahorro significativo, puesto que lo que se pagaría por mes no variaría, algo que no ocurre con las empresas de electricidad y gas. Además la introducción de estas placas solares supone una ayuda para el medio ambiente.

La desventaja de esta energía renovable es que tiene ciertas restricciones de consumo, debido a que no se puede utilizar más energía de la acumulada en épocas de escaso sol, pero ahí entraría en juego el producto que se quiere desarrollar. Aplicando las láminas mencionadas, se podría equilibrar el consumo de energía.

En el entorno de los avances tecnológicos, la globalización ha ayudado a la conexión del mundo, los medios de transporte influyen mucho tanto en la aproximación y cercanía que se puede estar en otro país gracias a los aviones, por ejemplo. En el caso de los coches sirve para transportar a las personas a sus trabajos, hogares, colegios, universidades, o incluso para salir de vacaciones.

En el caso de los trenes las personas se pueden transportar a lo largo del país en menos tiempo que los automóviles, por otro lado en los autobuses la gente se puede transportar a través de la región y es mucho más económico.

Del mismo modo, este tipo de vehículos públicos no solo ayudan a que la gente pueda estar en contacto en el menor tiempo posible, sino que también ayudan con el tema de la comunicación y publicidad, es decir, en estos momentos, tanto autobuses como trenes de muchas ciudades llevan anuncios publicitarios en sus laterales, con el sencillo proceso de añadir a sus cristales vinilos micro perforados y colocados en un ángulo perfecto, sirviendo esta acción para que la gente del exterior pueda visualizar solamente el anuncio, y que la gente del interior únicamente pueda visualizar el exterior.

Ahora bien, ¿qué ocurriría si en lugar de esos vinilos, añadiéramos nuestro producto a esos vehículos? Pues que gracias a las novedosas tecnologías de estas láminas sería mucho más sencillo el cambio de publicidad y ahorraría mano de obra a las empresas publicitarias y de comunicación.

En resumen, con la velocidad en la que el desarrollo de las nuevas tecnologías avanza, se puede utilizar como pilar básico para el desarrollo y la funcionalidad del producto.

Análisis interno

Para poder hacer un adecuado análisis interno de la idea de negocio, se va a desarrollar un análisis DAFO para conocer las debilidades, las amenazas, las fortalezas y las oportunidades que pueden surgir a raíz de este trabajo.

Las debilidades más importantes a destacar son la falta de recursos económicos para la comercialización de este producto y la carencia de una protección legal (patente o modelo de utilidad en este caso)

Debido a la falta de capital económico necesario, resulta un poco más complicado la puesta en marcha de este producto, puesto que para poder acudir a la feria de nuevas tecnologías CeBIT (feria de exposición de computadores, tecnologías de la información, telecomunicaciones, software y servicios más importante en el mundo), celebrada en el norte de Europa cada año, y dar a conocer así el producto, o más bien el uso que se le puede dar en cada sector de las diferentes industrias, se requiere contar con un poco de capital ahorrado para poder adquirir el billete de avión de ida y vuelta, coste no muy elevado, pero también se debería agregar el alojamiento, más las pensiones cada día, etc.

Habría que añadir a la lista el precio de la entrada al recinto y el puesto para la participación en la feria , con el respectivo alquiler que conlleva cada metro cuadrado de utilización, stand y decoración que se requiera manipular.

Pero antes de la preocupación por estos detalles, habría que planificar y costear los productos que se quieran mostrar a las empresas en la feria, desarrollando muestras de los diferentes productos y usos, y elaborando publicidad detallada y atractiva.

Una vez vayan transcurriendo los acontecimientos en la feria, y después de la posible venta de los diferentes usos del producto, será momento de la puesta en marcha para conseguir el capital necesario para la inversión de todo el material que se requiere para la instalación del producto, que como se mencionará con posterioridad, será necesario acudir a la entidad financiera para pedir la ayuda pertinente.

La otra debilidad que se encuentra en estos momentos en la idea de negocio, es la falta de protección legal.

Sin tener registrado los diferentes modelos de utilidad que se quieren dar al producto, existe el riesgo de la copia y venta de estos usos a manos de los que podrían ser posibles competidores.

Al registrar un modelo de utilidad se obtiene beneficios tales como tener la exclusividad de la utilización y adaptación de las mejoras, innovaciones o nuevos usos incorporados en los modelos de utilidad, al mismo tiempo, se amplía el espacio patrimonial de derecho de la empresa, los cuales pueden convertirse en activos intangibles capaces de aprovechamiento, y además, se pueden realizar alianzas con terceros para permitir a cambio de una remuneración, la explotación de los derechos de propiedad industrial de los cuales se es titular.

Esto último es lo que se pretende hacer al vender el uso a diferentes empresas, con la firma de un contrato permitiéndoles utilizar el método.

Pero lo más ventajoso de todo al obtener una protección legal es el poder sancionar a un tercero por usar el modelo de utilidad previamente registrado, siempre y cuando fabrique o elabore productos protegidos por un modelo de utilidad sin consentimiento del titular, u ofrezca la venta y ponga en circulación productos protegidos por un modelo de utilidad sabiendo que no tenían consentimiento del titular para su fabricación.

Y además, no solo se puede incurrir en multas por alguna de las actividades anteriores sino que también los terceros pueden cometer un delito por reincidir en una de las dos conductas mencionadas anteriormente cuando ya se le ha fijado una sanción. Pudiéndose sancionar mediante multas, arrestos e incluso hasta penas de cárcel, según sea el caso.

Las amenazas que pueden poner en peligro la puesta en marcha del producto se basan principalmente en las grandes marcas de la publicidad y grandes marcas de fabricantes de televisores y de cristales para vehículos por ejemplo, que vean amenazados sus mercados monopolísticos, así como son Samsung para televisores con pantallas OLED o 3D, LG para televisores en 4K, e incluso las grandes empresas de publicidad como son McCann o Ogilvy & Mather.

Las empresas grandes con años de experiencia y asentadas en el mercado que no hayan adquirido la cesión de la aplicación y utilidad de este producto, se verán amenazadas por

temor a la pérdida de liderazgo o pérdida de terreno de mercado. Esto puede conllevar que tomen represalias, ya sean del tipo legal, como de realización de jugadas competitivas fuertes.

Las fortalezas de las que puede disponer la idea de negocio serían, entre otras, la experiencia en el sector debido a la creación con anterioridad de un prototipo, la capacidad de adaptación a cualquier segmento debido a la cómoda colocación de las láminas, los costes de fabricación y por último la adquisición del material y producto son aceptables.

Hace unos quince años aproximadamente ya se pensó en la creación de un producto similar, produciendo pantallas de cristal capaces de representar imágenes en movimiento a través de un sistema de órdenes, en el cual se le establecía que se encendiera la luz en un cuadrante y un par de segundos después se le daba la orden de que se encendiera otra luz en otro cuadrante, formando así imágenes en movimiento.

Como esta vez el producto ya no se basaría en la creación de pantallas de cristal, si no de láminas transparentes, provocaría la capacidad de adaptación a cualquier segmento, pudiendo aplicarse tanto en escaparates de centros comerciales, en cristalerías curvas o incluso sería capaz de aplicarse en los cristales de los vehículos.

Este sistema funciona de la misma manera que el prototipo creado años atrás pero con la diferencia que en vez de ser un cristal sólido y poco amoldable, se trata de una lámina transparente que se puede pegar con facilidad o colocar entre cristales.

Lo ideal de este producto es que como ya lo están produciendo en Asia pero sin ningún uso en particular, y lo están vendiendo mediante internet para uso particular a unos 600 dólares aproximadamente el metro y medio cuadrado, en la página web de ventas por internet AliExpress.com, (2010), si fuera necesario pedir al por mayor, es posible que los fabricantes asiáticos abaraten con generosidad el producto.

Siendo así, no habría la necesidad de la fabricación del producto, puesto que se ahorraría no solo en coste de fabricación y mano de obra, sino también en tiempo.

Las oportunidades del producto pueden ser que los segmentos se encuentran desatendidos en estos momentos, la tecnología todavía no se ha empezado a comercializar en los mercados aeronáuticos o aeroespaciales, en grandes superficies comerciales, en invernaderos, etc.

Las aplicaciones del producto se podrían utilizar con nuevas tecnologías, las nuevas necesidades de los consumidores ha variado con el tiempo y que en estos momentos la publicidad se encuentra en auge.

En estos momentos, el producto ya está inventado, mostrado al público y en venta, pero por el momento no tiene ningún uso específico.

Tampoco ha salido a la venta para ningún mercado en particular, por ese motivo se ha decidido registrar el modelo de utilidad para cada uno de los mercados que se ha mencionado con anterioridad, como son el mercado aeronáutico, en grandes superficies comerciales como en el mercado de la publicidad, en el mercado de las energías renovables como son las placas solares, en invernaderos o incluso en vehículos, entre otras opciones.

Y no solo sería utilizar el simple modelo de producto que ya se conoce para los distintos mercados con sus respectivos usos, sino que también se pueden aplicar diferentes tecnologías para crear todavía aún más, usos totalmente diferentes.

Se podría utilizar también la tecnología Kinect, utilizada para la video consola Xbox, es un tipo de tecnología que permite a los usuarios controlar e interactuar con la consola sin la necesidad de tener contacto físico con un controlador de videojuegos tradicional, mediante un interfaz natural de usuario que reconoce gestos, comandos de voz y objetos e imágenes. Como explica una entrada del blog Explicando.es (2013).

De modo que en el sector de la publicidad por ejemplo, aplicando esta tecnología en las láminas, el mismo cristal podría distinguir entre mujeres y hombres, o entre niños y adultos, y poder así, diferenciar que tipo de publicidad habría que poner en cada momento.

También se podría utilizar la tecnología Jumbotron, que como se menciona en El Periódico Hipertextual (14 de marzo de 2011), se trata de un mecanismo que sirve para mostrar contenidos de forma muy destacada. Es decir, si una imagen no la encierras dentro de un elemento reducido, ocupa toda la anchura del dispositivo, si lo encierras dentro de un solo espacio, solamente ocupará la anchura de esa área y mostrará esquinas redondeadas.

Es decir, para explicarlo de una forma más sencilla, sería la unión de varias pantallas laminadas con este producto que se quiere explotar, y mediante la tecnología llamada

Jumbotron hacer que una misma imagen se vea en todas, pero como si todas las pantallas formara solo una.

Objetivos del marketing

En este apartado se van a describir detalladamente los objetivos que se pretenden alcanzar con este proyecto.

Se quiere dar a conocer una manera diferente de dar publicidad, una manera diferente de vender un producto de una forma que por el momento no se ha implantado, como es el caso de meter el producto en grandes centros comerciales, dando difusión a los productos y marcas del interior mediante imágenes en movimiento que aparecen y desaparecen en cuestión de que se acerque una persona, y dependiendo de edades y sexo variará de una imagen a otra, sin tener que hacerlo manualmente, mediante el uso de la tecnología Kinect.

Otro objetivo que se quiere conseguir es crear empresa a través la venta de las ideas. Es decir, mediante la monta de un stand en la feria de nuevas tecnologías CeBIT, exponiendo al público y dando a conocer la gama de utilidades de este producto, se intentará de la mejor forma posible la captación de la mayor cantidad de clientes en potencia.

Una vez se captan los clientes, y las utilidades se conozcan, tras la posterior firma de los contratos que pudieran realizarse, dichos acuerdos serán firmados por el cliente y el dueño del modelo de utilidad, se procedería a la cesión de los derechos para la utilización de estos métodos del producto.

Para ello, se pretende obtener un modelo de utilidad que pueda proteger las diferentes maneras de poder usar ese producto.

Segmentación del mercado y descripción del público objetivo

En este apartado se va a hablar sobre los diferentes usos que se le pueden dar al producto, además de describir brevemente el tipo de cliente potencial que compraría estas láminas o pantallas.

Las pantallas lcd transparentes tienen por objeto el hecho de proporcionar un dispositivo para la reproducción de imágenes, ya sean estáticas o en movimiento, tales como imágenes de video y televisión. Estas láminas incluyen una matriz de puntos que son eléctricamente activables de manera independiente en cada punto o elemento de imagen, logrando así formar imágenes estáticas, una sucesión pausada de estas, como también imágenes en movimiento.

La pantalla está conformada por al menos un módulo de reproducción de imágenes por transparencia definido por un cristal de tecnología LCD , cuya matriz de puntos o elementos de imagen son activables eléctricamente de manera independiente mediante una unidad de control de modulación de la cantidad de luz ambiental que pasa a través de cada uno de ellos.

El estado de la pantalla puede variar entre máxima transparencia y máxima opacidad, tanto para la reproducción de imágenes fijas, como secuenciales o en movimiento.

La unidad de control está conectada a medios generados y de suministro de señales y datos de imagen, tales como video, televisión, internet, u otros.

La activación de la pantalla puede ser en forma remota, ya sea mediante un mando a distancia, o a través de medios de comunicación tales como las redes LAN, WAN, WIFI, Bluetooth e Internet, entre otros posibles. Como nos comenta Antonio Santiago, experto en el tema.

En el ámbito comercial de los escaparates y de la construcción, el dispositivo que se describe encuentra una de sus principales aplicaciones, ya que al ser utilizado en escaparates y fachadas o murales, permite lograr una innovadora forma de publicidad de empresas desde sus propias paredes o frentes, sin las limitaciones de los dispositivos actualmente conocidos, dados que estos son, en general, fijos o están sujetos a un programa de exhibición limitada de imágenes. El cristal utilizado por la presente invención permite, por ejemplo, aprovechar la luz interior de un edificio de oficinas para crear una gran pantalla con publicidad o cualquier otro tipo de mensajes que se consideren de interés.

El cliente potencial para este uso específico del producto sería para grandes superficies comerciales de ámbito nacional, así como por ejemplo el Corte Inglés, ya que por

volumen de ventas y a la cantidad de centros comerciales que posee la cadena, sería el cliente perfecto para la puesta en marcha de este uso.

En el hogar, o también en oficinas, este cristal define lo que puede denominarse como “ventanas inteligentes de transparencia variable”. Además, el usuario puede crear en el cristal una diversidad de imágenes con motivos decorativos estáticos, así como también reproducir imágenes de video. Asimismo, el usuario puede controlar la opacidad de los cristales, a efectos de permitir que durante el día ingrese al ambiente la luz exterior, mientras que cuando se encienden las luces, por ejemplo, durante la noche, se oscurezca para que desde el exterior no se vea el interior de la oficina o del hogar.

En este ámbito el mejor cliente al que se le puede ofrecer este uso del producto siguiendo la normativa de Industria (16 de julio 1992) sería a ASEFAVE, es decir, a la Asociación Española de Fabricantes de Fachadas ligeras y Ventanas. Es una asociación de ámbito nacional, que uno a los fabricantes de todo tipo de ventanas, además esta asociación es uno de los miembros fundadores de la Federación de Asociaciones Europeas de Fabricantes de Ventanas y Fachadas Ligeras. Al mismo tiempo, es e interlocutor técnico con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y del Ministerio de Fomento, para la elaboración de reglamentos y normativa.

En el caso de la aeronáutica, especialmente en aviones de combate, este cristal permite ser empleado como “Head up Display”, o pantalla de visualización frontal, es decir que se muestre en el cristal una imagen de todos los aparatos de la nave para que el piloto tenga a la vista toda la información requerida. Con la importante ventaja de reducir el volumen físico ocupado y consumiendo mucha menos energía eléctrica. Además, este cristal permite mostrar información desde cualquier ubicación dentro de la cabina, ya sea lateralmente o incluso por encima del piloto. Según comenta un artículo en la página web Circularseguro.com (19 de marzo de 2014).

Para este tipo de tecnología podría haber dos tipos,

Los HUD fijos obligan al usuario a mirar a través de la pantalla anclada al fuselaje del vehículo. Este sistema determina la información que debe representar según la posición y orientación del vehículo. Este es el sistema utilizado en la mayoría de aeronaves.

Los sistemas adjuntos al casco (Head-mounted display o HMD) son un desarrollo del HUD, si bien su principal virtud es que la información se mueve siguiendo los

movimientos de la cabeza del tripulante. Los cazas modernos (F/A-18, F-22, Eurofighter) utilizan un sistema combinado de ambos tipos. El F-35 Lightning II es el primer avión militar moderno que se ha desarrollado únicamente para usar HMD.

Según nos cuenta Aida López, graduada en Ingeniera Aeroespacial y experta en el tema, Airbus y Boeing son dos compañías de alcance similar, las estrategias que hace una compañía, lo hace también la otra, pues tratan de mejorar continuamente. Y aun que Boeing en principio tiene más variedad en el campo militar, con todos los caza F15, F18, F22, etc. Airbus Military también realiza aviones muy similares, y al ser una compañía aeronáutica europea, se dividen los apartados del avión en diferentes países, dependiendo de la capacidad de los ingenieros de cada país, siendo la parte del fuselaje, parte que interesa para adjuntar el producto, fabricada en Álava y Vizcaya. Como se puede comprobar en El Diario Expansión (24 de junio de 2015).

Otra opción en este ámbito, sería la de incluir una opción del camuflaje, cubriendo el avión de combate con estas láminas, para cuando estén en una misión poder reproducir imágenes del exterior. Es decir, que las láminas incluidas en la aeronave reproduzcan el mismo entorno por el que el piloto está pasando en ese mismo instante, y al mismo tiempo no pueda visualizarse lo que hay en el interior de la nave. Provocando que el resto de individuos no puedan percibir el avión. Siendo una ventaja estratégica para el ejército que los posea.

Este tipo de tecnología HUD, sistemas de información en el parabrisas, como nos comenta Ibáñez, colaborador del blog Xataka.com (04 de julio de 2011), puede aplicarse también en automóviles. Los sistemas de información en el parabrisas son todavía algo muy poco habitual en nuestros coches, si bien algunos modelos bastante populares y no muy caros, ya que equipan un sistema HUD básico, pero funcional, aunque lo normal es que sea un equipamiento opcional y en modelos más bien caros o lujosos.

Sin embargo poco a poco los diferentes fabricantes están apostando por este sistema y es muy probable que de aquí a unos diez años esté mucho más generalizado. La ventaja del sistema es clara: permite visualizar datos fundamentales durante la conducción frente a la línea de nuestros ojos, sin requerir que apartemos la vista de la carretera ni medio segundo.

Si este cristal se utiliza en automoción, permite mostrar la información del cuadro de mandos del automóvil plenamente delante del conductor. En este caso para no

comprometer la seguridad del conductor ni de otros ocupantes del vehículo, el contraste de las imágenes de información reproducidas en el cristal es controlado automáticamente, de modo que sea el adecuado para permitir la lectura y sin distorsionar la visión ya sea durante un día soleado o nublado, durante la noche, y aun mas, ante cambios bruscos de la luz del ambiente, por ejemplo, al entrar o salir de un túnel.

Podría mostrarse también ante el conductor la información de nuestro teléfono móvil, mediante Bluetooth, ya sea algún atajo para llegar antes a nuestro lugar de destino o para saltarse un gran atasco. Sin la necesidad de tener que coger el móvil para mirar la información necesaria, o tener que girar la cabeza para mirar el GPS. Según nos cuenta Gerardo Torrealba con otro tipo de tecnología, en una noticia del Periódico Hipertextual (11 de octubre de 2010). La idea es sencilla, proyectar mediante rayos láser la información de tu teléfono con Android en el parabrisas del coche. El proyectar información en las pantallas no es nada nuevo, lo vemos y veíamos muchas veces en los videojuegos y, como es costumbre, fue evolucionando y hoy en día podemos ver como lo usan los FPS para mostrar la ubicación del objetivo, un radar, los puntos de vida, etcétera.

También se pueden utilizar estos cristales en el mundo automovilístico, en el modo antirrobo. Es decir, una vez que cerramos el vehículo con la llave, cuando nos marchamos, automáticamente los cristales se vuelvan opacos y desde el exterior no pueda verse lo que hay en el interior del coche. Esto provoca que si algún viandante tuviera la intención de robar en el coche, se lo pensaría dos veces, por no arriesgarse a que le puedan sorprender y que en el interior del coche no haya nada de valor que merezca la pena robar.

Al mismo tiempo, podría utilizarse para el mundo del tuneado y la decoración de los vehículos. Añadiendo a estos, distintos cristales y poder así variar de imágenes ya sean fijas o en movimiento según nuestro estado de ánimo, o el lugar al que vayamos a ir. Pues no es lo mismo una salida con amigos, que una comida familiar.

Para este ámbito, quizás el cliente potencial al que se recurriría sería a uno de los mayores fabricantes de automóviles en España, Ford Motor Company, localizado en Almussafes. Esta compañía tiene diferentes puntos de fabricación en todos los continentes. Además participa en la actividad de carreras de automovilismo, como en el Grand Prix, la Copa NASCAR, o la Fórmula 1, entre otros.

Como se ha comentado anteriormente, en el mundo de la publicidad en movimiento, ya sea en autobuses o en otro medio de transporte urbano, donde es altamente visible, se podría poner este tipo de tecnología ya que no solo ahorraría costes de mantenimiento a la hora de cambiar de carteles cada vez que una nueva empresa decidiera pagar por poner su publicidad en este transporte, ya que simplemente sería cambiar la imagen en el ordenador o en cualquier otro dispositivo desde donde se vaya a mandar la señal. Y no es solamente el ahorrar en costes, si no también, al ser más dinámico, es más fácil que la gente no solo lo vea sino que también se fije, y sea más fácil a la hora de recordar el producto.

En el sector del transporte público, el cliente potencial para autobuses urbanos sería los diferentes ayuntamientos, ya que son ellos los encargados de administrar la carga de autobuses en las distintas ciudades, y para los trenes, el mejor cliente sería RENFE, pues esta compañía de ámbito nacional se ha dividido en dos nuevas entidades, ADIF, parte que gestiona las infraestructuras ferroviarias españolas, y Renfe Operadora, división que se quedó con la disfrute de los ferrocarriles públicos.

Las características lumínicas y térmicas de este dispositivo resultan también muy apropiadas para su uso en invernaderos. Tales características pueden ser enérgicamente altas, o bien para provocar reacciones exotérmicas, abriendo paneles del propio invernadero.

En este sector se ha decidido que el mejor cliente es la empresa Invernaderos e Ingeniería, S.A, pues como se puede comprobar en su página web fabricantesinvernaderos.com (2014), se ha especializado en la fabricación de diferentes estructuras de invernaderos y equipamientos de alta tecnología. Diseñan y fabrican los invernaderos y equipamientos más adecuados a las necesidades de cada explotación. Además esta empresa es un referente en la construcción de invernaderos tanto en España como nivel internacional.

Tal como ha sido ya mencionado en lo que antecede, otra de las aplicaciones para estas láminas es en lentes optométricas o gafas de sol. En este caso, para destacar las ventajas del cristal utilizado basta con señalar que las gafas de sol convencionales no permiten variar a voluntad el paso de luz a través de las mismas, ya que esto depende exclusivamente de las condiciones lumínicas ambientales.

En el sector de las gafas de sol, se ha creído conveniente escoger como cliente potencial a la nueva empresa ilicitana Hawkers, pues solo en su primer año ya se han vendido más

de 500.000 unidades en todo el mundo, y se ha establecido como el primer patrocinador español del gran equipo de baloncesto de la NBA Los Ángeles Lakers. Como se puede comprobar en el Periódico La Razón (2014).

En el campo de aplicación en muebles demóticos, pueden ser reemplazados algunos paneles de dichos muebles por el dispositivo de esta invención, por ejemplo, para permitir ocultar o visualizar el interior de vitrinas y armarios.

Cuando este dispositivo se aplica como separador de ambientes para entornos de oficina, se logra aportar mayor intimidad y privacidad en tales ambientes, así como mostrar también imágenes decorativas y recrear ambientes, entre otras variantes posibles.

Para este ámbito el cliente potencial sería Leroy Merlín pues tiene más de 370 tiendas de bricolaje en 12 países, además la empresa tiene un crecimiento anual del 15%, y posee el 84% de compra a proveedores nacionales. Leroy Merlín tiene un alto compromiso por la calidad, las personas y el medio ambiente, y el objetivo de la empresa es crear hogares y oficinas más personales, prácticas, cómodas y sostenibles. Datos sacados de la página oficial de la empresa en España (2014).

Otro método a utilizar en este tipo de tecnología sería en hospitales, pues cuando un paciente desgraciadamente debe de quedarse por largos periodos de tiempo ingresado en el hospital, los días se hacen eternos y el entorno y el ambiente en ese lugar no es de lo más confortable para la pronta recuperación de los pacientes. De modo que una buena aplicación para poder ayudar a sus o dichos sería la incorporación de estas pantallas LCD transparentes en las distintas habitaciones de los hospitales, que puedan mostrar imágenes ya sean fijas o en movimiento a gustos del paciente. Ya que según estudios realizados, que un enfermo tenga su estado anímico por las nubes ayuda a una pronta recuperación.

El sistema Nacional de Salud, siendo el conjunto de asistencias y servicios sanitarios, y coordinado por el Estado Central y el Ministerio de Sanidad, sería el cliente potencial para este sector.

Otra forma de aplicar estas pantallas sería en aeropuertos. Cambiar los aburridos cristales del aeropuerto por estos entretenidos paneles. Puesto que se hace aburrido esperar en la zona de embarque, podría agregarse estos cristales de LCD para que en cada zona (reservada a un destino determinado) pueda mostrarse si el vuelo viene con retraso,

si la temperatura o el clima a la hora de llegada está en condiciones óptimas, o incluso mostrar los lugares o restaurantes que no te puedes perder de esas ciudades.

Y no solo podría aplicarse en estas áreas, pues la tecnología va cambiando cada dos por tres. De modo que no solo podría utilizarse las pantallas LCD transparentes, sino también las pantallas flexibles que son muy útiles para zonas curvas.

Para el sector de los aeropuertos, el mejor cliente es AENA, pues es una sociedad española encargada de la gestión de los aeropuertos y helipuertos del Estado en España. Gestionando 46 aeropuertos y 2 helipuertos en España y participando directa e indirectamente en la gestión de otros 15 aeropuertos en Europa y América.

Del mismo modo, este tipo de tecnología también podría trasladarse al mundo de los videojuegos, pues se podría crear, gracias a estas pantallas, una forma de jugar totalmente diferente a lo que la gente está acostumbrada. Poniendo un ejemplo sencillo, el juego de hundir la flota, en el cual dos personas juegan una frente a la otra, pero no ven en que ángulo están colocados los barcos del juego.

Supongamos que ahora esta idea la pasamos a Play Station y en vez de jugar desde la televisión donde tu contrincante puede ver las jugadas que vas a realizar, con estas pantallas se juega uno frente al otro, al ser transparentes se puede visualizar al compañero pero con una diferencia, y es que al poder modificar el tono de la imagen, se podría diseñar el juego para que en lado donde se muestre las diferentes opciones de jugadas, se oculte para el adversario.

Y como la tecnología va cambiando muy de continuo, se podría compaginar este tipo de tecnología de pantallas lcd transparentes, con la tecnología que usa Xbox, la Kinect. Pues fusionando estas dos y configurándolas, la pantalla podría detectar si la persona que está viéndola es una mujer o un hombre, un niño o un adolescente, o un grupo de personas de distintas edades y sexo, para poder así mostrar diferentes tipos de imágenes acordes con cada uno.

Para el ámbito de videoconsolas y videojuegos, el cliente potencial podría ser SONY corporación, pues es la marca líder en el servicio de entretenimientos, siendo su producto estrella PlayStation, que es número 1 en ventas.

Posicionamiento

Depende de la aplicación que se le quiera dar se diferenciara más o menos de la competencia, puesto que el producto ya existe y lo que se habla son de aplicaciones, en este momento en el tema de vehículo, la competencia seria laminas solares, de colores u oscuras, pero por el momento no existe otra opción, por lo que no hay competencia en la aplicación.

El producto más similar a este proyecto es un cristal gaseoso que químicamente se aclara o se oscurece, pero es un cristal no una lámina.

En el campo de la publicidad la competencia más clara que hay en este momento son los propios televisores o los maniquís estáticos.

Otro producto muy similar al que se menciona durante el proyecto, es el que acaba de sacar la compañía Samsung, como son las pantallas OLED, muy similar a las pantallas LED pero con la gran diferencia y he ahí la novedad, que el producto esta creado con materiales orgánicos, que funciona mediante diodos orgánicos de emisión de luz, y gracias a estos diodos es capaz de emitir la luz de forma autónoma. Otra gran e importante diferencia a las pantallas LED es, que el precio de estas pantallas es poco accesible, debido a sus materiales y a su tan nueva incorporación al mercado. Según cuenta el periódico ABC en el apartado de tecnología (9 de febrero de 2015), y (17 de junio de 2015) en el mismo apartado del periódico ABC.

Por ese motivo, el tipo de posicionamiento que se va a desempeñar será el de posicionamiento en función de los atributos que tiene el producto.

Como cuenta Xavier Moraño en la página web Marketing y Consumo (04 de octubre de 2010), lo ideal para este tipo de posicionamiento es que no se tenga ningún competidor, pero si hay competidores que emplean las mismas cualidades se deberá revelar alguna ventaja competitiva. Otra posibilidad es utilizar un atributo que posee el competidor, pero que no ha comunicado suficientemente y que es desconocido por los consumidores.

Plan de acción

En este apartado se va a definir la importancia de conseguir el modelo de utilidad, se va a detallar que pasos se van a realizar para poder vender la idea a los diferentes clientes, y

también se va a exponer cómo con este producto se puede dar un nuevo método de publicidad.

Los usos que más podría interesar en estos momentos serían el del sector automovilístico, con el modo antirrobo, y el uso de entretenimiento y cultura en el aeropuerto, quizás en un medio plazo podría ser interesante dar a conocer el uso militar en aviones.

Por último, el punto más importante sería el de presentar una nueva forma de publicidad, objetivo que se conseguirá gracias a estas láminas, y que se detallará en la política de producto, y gracias a un ejemplo, va a quedar claro su funcionamiento.

Una vez se tenga claro que usos y a que mercados se quiere entrar con este producto, se deberá obtener un modelo de utilidad para que defienda los derechos de las diferentes utilidades que se le quiere dar al producto. Y a cualquier otra empresa o persona individual que desee copiar o utilizar estas formas de aplicación del producto, gracias a este modelo de utilidad se les podrá aplicar varios grados de condena.

Después, una vez quede claro que usos han sido elegidos, y ya registrados los modelos de utilidad, y elegido a quien vender estos usos, se busca mediante internet una dirección web de los clientes potenciales, para que la persona dueña de los diferentes modelos de utilidad pueda mandarles los correos electrónicos necesarios y así que de antemano conozcan los usos que se pretenden mostrar en la feria y que les pueda interesar, para que puedan acudir directamente a la feria.

En la feria se mostrará los prototipos más asequibles que se puedan llevar, no solo por problemas económicos, sino también por posibles problemas de espacio de la zona alquilada.

Una vez mostrado algunos de los usos en la feria, para los clientes más ventajosos, se les entregará una guía en formato digital, por ejemplo un aparato USB, para que tranquilamente puedan ver todos y cada uno de los usos que se tienen patentados y a los que se les puede dar uso.

Política de producto

Se pretende conseguir una nueva forma de publicidad, y para ello no se trata de poner un anuncio televisivo escandaloso o explosivo, si no de atraer a los clientes al establecimiento de una forma ingeniosa. ¿Cómo? Con las láminas.

Se ha pensado una forma y un momento para lanzar este producto y así poder causar más impacto en la sociedad. Se trata de ponerlo en todas las cristaleras exteriores de los centros comerciales El Corte Inglés, al poder controlarlo con el ordenador, se mantendrían todas las láminas apagadas mientras se programan los videos que se quieren emitir en las pantallas, y con un spot televisivo sencillo que anuncie que el 21 de diciembre algo ocurrirá en El Corte Inglés. Y ese mismo día de diciembre encender las láminas. Una vez se enciendan las pantallas, se emitirán imágenes en las que aparezcan varias personas mostrando productos que se vendan en el establecimiento. Pasados unos minutos, entrará en funcionamiento la tecnología Kinect, y cada vez que una persona se acerque al escaparate dicha tecnología detectará el sexo y la edad de ese cliente, mostrando entonces productos relacionados con ese tipo de personas.

Se ha elegido mostrar la nueva forma de publicidad ese día, puesto que es cuando ya ha comenzado la campaña de navidad de El Corte Inglés, la gente sale de compras y está más predispuesta a realizar más gastos en regalos. Además este tipo de publicidad aun no explotada, será más impactante y hará sentir a los clientes más cercanos en estas fechas.

Política de precio

Hace 15 años el metro cuadrado de ese producto costaba alrededor de 1.000 euros. Ahora con las nuevas tecnologías el metro cuadrado cuesta alrededor de 400 euros, pues son unos 600 dólares el metro y medio cuadrado.

En cuanto a la función de la competencia y a la innovación, al ser un producto de novedosa creación no hay todavía ninguna otra empresa que utilice este método de publicidad, por lo que al ser pioneros, estarán dispuestos a pagar una cifra armónica.

En cuanto a lo que los clientes están dispuestos a pagar, al ser los primeros en utilizar esta tecnología, y al ver enseguida como les podrá aumentar de forma positiva las ventas de sus productos, estarán dispuestos a pagar de forma considerable por estas aplicaciones del producto.

Política de promoción

El producto se va a llevar a la feria de nuevas tecnologías CeBIT, feria la cual se celebra en Hanover cada primavera. En ella salen a la luz las nuevas invenciones tecnológicas, tanto de grandes compañías mundialmente conocidas como la empresa coreana Samsung

o la empresa americana Apple, y también de colectivos no tan conocidos que tienen una gran idea e intentan ponerla a cabo.

Además, este proyecto también se promociona en la Universidad Miguel Hernández de Elche. Proyecto que si gusta, además de ser expuesto en internet, donde posibles empresas arriba mencionadas se puedan interesar, también puede ser la propia universidad la que se arriesgue con esta idea.

Además, una vez terminada la exposición, se les entregará a los potenciales clientes en formato digital, una guía de los diferentes usos y aplicaciones que podría tener el producto, para que tranquilamente desde sus casas u oficinas, puedan estudiar la viabilidad de adquirir este proyecto.

Presupuesto del plan de marketing

Uno de los instrumentos de marketing más eficaces que puede haber para las compañías, es la presencia de las empresas y de las marcas en las ferias comerciales y exposiciones, acción que se encuentra por delante de los anuncios y promociones, mailing directo, relaciones públicas y tele marketing, como podemos observar en este artículo de la revista Emprendedores (23 de agosto de 2010).

A la hora de exponer los productos o servicios en una feria existen varias opciones, como son contratar solo el suelo y montar sin ayuda externa el puesto, o contratar conjuntamente el suelo y el alquiler del stand.

Para reforzar la imagen de marca y crear a los posibles clientes una imagen de seguridad y seriedad, la opción más recomendable es escoger los mejores materiales o mobiliario de alquiler.

Cada feria dispone de sus propios catálogos como por ejemplo, en la feria de congresos de prevención (2014), pero no suelen variar demasiado con el resto de exposiciones. En internet se puede encontrar un listado de materiales con sus respectivos precios, para que la gente pueda hacerse una ligera idea.

Se podría alquilar un par de sillas director para recibir a los clientes y otro par para las personas que vayan a encargarse de promocionar el producto que vayan a promocionar el producto, a un precio de 10,50 euros. Una mesa de despacho para mostrar el folleto con

las distintas utilidades, en un ambiente relajado y cómodo, a un precio de 34,90 euros. Un mostrador vitrina para poder enseñar algunos prototipos a los clientes que se acerquen, con un precio de 74,75 euros. Más otros 100 euros para colocar adornos en el espacio reservado y poder así mostrar un entorno acogedor y cálido. Sumando una cantidad aproximada de 251,65 euros invertidos en el mobiliario del stand.

También se añadiría el precio estimado del alquiler del espacio, que ronda los 1.800 euros.

Se sumaría también los 10 metros cuadrados que se utilizaría para la creación de las láminas para los diferentes productos que se llevarían a la feria, con un precio estimado de 400 euros el metro cuadrado.

Además, se encargaran unos trípticos para repartir en la feria y que los clientes a los que va dirigido estos usos, puedan comprobar las características. En la primera cara del tríptico se mostraría el producto en sí, con todas sus características, en la segunda cara, se contemplaría el uso del producto destinado a la automoción y a aeropuertos, y en la cara principal se mostraría el uso destinado a la publicidad. El precio de estos trípticos encargados con una buena calidad es de 0,10 céntimos de euro cada uno por pedidos de cada 1.000 trípticos. Es decir, 100 euros más destinados para publicidad en folletos.

Se añadiría también el precio del billete de avión de unos 450 euros, más los 5 días de alojamiento y régimen de pensión de unos 600 euros aproximadamente por cada persona encargada de mostrar el producto.

Sin olvidar el pago más importante de todos, como es el pago de las tasas para los registros del modelo de utilidad para la publicidad, la automoción y para los aeropuertos, sin los cuales no se podría vender la idea, registros que supone unos 6.000 euros.

Haciendo el presupuesto del plan de marketing de unos 10.000 euros aproximadamente.

Planificación temporal y medida de control

Se intentará poner en contacto con una entidad financiera como es el banco Santander, para ver la posibilidad de que pueda financiar el coste del proyecto, es decir, para poder crear prototipos adecuados que se quieran llevar a la feria y poder así mostrarlos.

Para que esta o cualquier entidad financiera decida invertir su capital en este proyecto, será necesario plantearles el plan de marketing que se ha desarrollado, y explicarles claramente que se planea conseguir con esta propuesta.

Una vez aceptado el crédito, y con la puesta en marcha de toda la operación, será necesaria la creación de los prototipos en perfecto estado, para poder llevar a la exhibición. Además de la inscripción para los derechos de los modelos de utilidad.

Conclusiones

En el mundo global y competitivo actual, los clientes tienen más expectativas, más posibilidades de elección. Las empresas compiten continuamente por conseguir la atención del consumidor adaptándose a las necesidades y exigencias de estos.

Del mismo modo, la competencia cambia constantemente a medida que surgen nuevas tecnologías y cambian las barreras de entrada a los mercados internacionales, y las empresas que sobrevivan en el tiempo serán aquellas que comprendan el cambio, lo lideren o incluso lo provoquen.

Para conseguir beneficios por encima de la media, las empresas necesitan estar en posesión de alguna ventaja competitiva. Existen muchos aspectos en el producto a través de los cuales una empresa puede diferenciarse, ya sea mejorando en la duración del producto, mejorando en su fiabilidad, en sus prestaciones, en sus características o simplemente en su apariencia.

Por esa razón, en este proyecto se ha decidido coger la base de un producto ya existente y adaptarlo no solo a las necesidades de los consumidores, si no también adaptarlo a la época en la que la tecnología forma parte de nuestra vida cotidiana.

Se puede considerar que este proyecto basado en láminas transparentes adaptables a superficies descubiertas, laminas en las cuales se puede generar (que no proyectar) imágenes fijas o dinámicas, podría revolucionar no solo el mercado actual del Marketing, Publicidad e infraestructuras públicas o privadas, sino también la visión que tenemos de un nuevo mundo tecnológico. Además gracias a la utilización de este nuevo método se podría ser pionero en innovaciones para la publicidad.

Por ese motivo se puede creer firmemente que la puesta en práctica de este proyecto es viable y a corto plazo muy rentable.

Bibliografía

- Dionisio Cámara e Idelfonso Grande, *Dirección de marketing*, editorial Kotler, octava edición, año 2000.
 - Verónica Baena Gracia y María de Fátima Moreno Sánchez, *Instrumentos de marketing*, editorial UOC, primera edición, año 2010.
 - Roger J. Best., *Marketing estratégico*, editorial Pearson, cuarta edición, año 2007.
 - Jarillo, José Carlos, Martínez Echezárraga y Jon I. *Estrategia internacional más allá de la exportación*, McGraw-Hill D.L, año 1999.
-
- Artículo encontrado en la enciclopedia libre Wikipedia. Noticia sobre las células fotovoltaicas de polímeros.
https://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%A9lula_fotovoltaica_de_polímeros (consulta: 16 de abril de 2015)
 - Artículo encontrado en la enciclopedia libre Wikipedia. Noticia sobre los proyectores de video. http://es.wikipedia.org/wiki/Proyector_de_video (consulta: 18 de mayo de 2015)
 - Ayuntamiento de Alicante. Normativa sobre captación y utilización de energía solar.
<http://www.caib.es/sacmicrofront/archivopub.do?ctrl=MCRST297ZI75916&id=75916> (consulta: 20 de abril de 2015)
 - Ayuntamiento de Madrid. Ordenanza para locales comerciales.
<http://www.madrid.org/wleg/servlet/Servidor?opcion=VerHtml&nmnorma=266&cdestado=P> (consulta: 22 de abril de 2015)
 - Blog Explicando. Es. Que es Kinect.
http://www.explicando.es/que_es_kinect_93. (consulta: 04 de junio de 2015)
 - Blog Xataka.com. HUD, sistemas de información en el parabrisas.
<http://www.xataka.com/gadgets-y-coches/hud-sistemas-de-informacion-en-el-parabrisas> (consulta: 01 de junio de 2015)
 - Boletín Oficial del Estado. Informe sobre normativas para cristales solares en vehículos. <http://www.boe.es/boe/dias/2010/07/24/pdfs/BOE-A-2010-11822.pdf> (consulta: 20 de abril de 2015)

- Congreso de Prevención. Folleto mobiliario feria exposición.
http://www.congresodeprevencion.com/media/cms_page_media/11/TARIFA%20MOBILIARIO%20STANDS.pdf (consulta: 17 de junio de 2015)
- Diario Expansión. España fabrica fuselajes de aviones.
<http://www.expansion.com/empresas/transporte/2015/06/24/558a8d1146163ff26e8b457e.html> (consulta: 27 de junio de 2015)
- Ley de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid. Normativa para instalación de láminas en centros comerciales.
<http://www.madrid.org/wleg/servlet/Servidor?opcion=VerHtml&nmnorma=266&cdestado=P> (consulta: 03 de junio de 2015)
- Noticia encontrada en la enciclopedia libre Wikipedia. Artículo que trata de las pantallas Leds. https://es.wikipedia.org/wiki/Pantalla_LED (consulta: 16 de abril de 2015)
- Página de Inspecciones Técnicas de Vehículos. Homologaciones para cristalería en vehículos. <http://www.itvhomologacion.com/>. (consulta: 01 de junio de 2015)
- Página de la Oficina Española de Marcas y Patentes. Tasas anuales de los modelos de utilidad.http://www.oepm.es/comun/documentos_relacionados/Publicaciones/Folleto/cuestiones_basicas_Patentes_y_ModUti.pdf. (consulta:10 de mayo de 2015)
- Página Oficial de la Asociación Española de Fabricantes de Fachadas ligeras y Ventanas. Normativa del sector. <http://www.asefave.org/> (consulta: 19 de mayo de 2015)
- Página Oficial de Leroy Merlin en España. Dossier de Empresa.
<http://spain.leroymerlin.com/sites/default/files/spain/DossierdeprensaLME-2014.pdf> (consulta: 26 de mayo de 2015)
- Página Oficial del Ayuntamiento de Alicante. Ordenanza reguladora para la instalación de materiales en superficies cerradas para la producción de cultivos.
<http://www.alicante.es/sites/default/files/documentos/normativa-municipal/ordenanza-reguladora-del-procedimiento-otorgamiento-licencias-urbanisticas-y-ambientales-y-figuras/rpolu.pdf> (consulta: 01 de junio de 2015)

- Página oficial del Estudio General de Medios. Resumen general de resultados sobre la publicidad en exterior. <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> (consulta: 16 de abril de 2015)
- Página Oficial del Ministerio de Fomento. Normativa para poder aplicar cristaleras en aeropuertos. <http://www.fomento.gob.es/NR/rdonlyres/4AE989E5-265E-4226-B39F-8485BDEEC776/118495/rd13672007.pdf> (consulta: 22 de abril de 2015)
- Página Web Circularseguro.com. Sistema de tecnología Head up Display. <http://www.circulaseguro.com/el-head-up-display-hud-perfecto-para-mantener-la-vista-en-la-carretera/> (consulta: 01 de junio de 2015)
- Página web de la empresa Invernaderos e Ingeniería S.A. Diseñan los invernaderos con innovaciones tecnológicas. <http://www.fabricanteinvernaderos.com/empresa/> (consulta: 25 de mayo de 2015)
- Página web de la empresa Oblicua. Se pueden comprobar las tarifas para el año 2015 de la publicidad en autobuses. <http://www.oblicua.es/publicidad-exterior/publicidad-autobuses.htm> (consulta: 16 de abril de 2015)
- Página Web de ventas por internet AliExpress.com. Venta de pantallas transparentes. <http://es.aliexpress.com/w/wholesale-transparent-lcd/2.html> (consulta: 04 de junio de 2015)
- Página web Fayerwayer.com. artículo sobre la tecnología usada para las pantallas OLED de Samsung. <https://www.fayerwayer.com/2012/02/samsung-se-asocia-con-corning-para-hacer-oleds-mas-resistentes/> (consulta: 16 de abril de 2015)
- Página web Marketing y Consumo. Estrategias de posicionamiento. <http://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html> (consulta: 18 de mayo de 2015)
- Página web TV Play videos. Hologramas, sistema multimedia de proyección de hologramas. <http://www.tvplayvideos.com/67,jPyLkNmHBVc/interactivas/HOLOSCREEN---Sistema-multimedia-de-proyecci%C3%B3n-de-hologramas> (consulta: 18 de mayo de 2015)
- Periódico ABC Tecnología. OLED, LCD, LED ¿En qué se diferencia? <http://www.abc.es/tecnologia/consultorio/20150209/abci-Televisores-LED->

- OLED-LCD-plasma-diferencias-similitudes-201502061706.html (consulta: 17 de junio de 2015)
- Periódico ABC Tecnología. Samsung presenta el primero OLED transparente. <http://www.abc.es/tecnologia/electronica-imagen/20150611/abci-samsung-televisiones-transparentes-201506111721.html>. (consulta: 17 de junio de 2015)
 - Periódico El Mundo. Situación económica de AENA. <http://www.elmundo.es/economia/2015/06/10/55774c4e46163f29198b459b.html> (consulta: 05 de mayo de 2015)
 - Periódico Hipertextual. Tecnología HUD. <http://hipertextual.com/archivo/2010/10/pioneer-hud-tecnologia-de-proyeccion-laser-para-coches-compatible-con-android/> (consulta: 13 de abril de 2015)
 - Periódico Información. Rajoy le pide al presidente de Ford que inviertan y generen empleo. http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/politica-economica/rajoy-al-presidente-de-ford-queremos-que-inviertan-y-generen-empleo-y-les-ayudaremos_G5eDhXOS8PMeT0IcMBf576/ (consulta: 03 de junio de 2015)
 - Periódico La Razón. Innovadoras gafas de sol. <http://www.larazon.es/lifestyle/tendencias/hawkers-revoluciona-la-industria-de-las-gafas-BY9427517> (consulta: 18 de mayo de 2015)
 - Periódico Levante. Ford cifra en 100.000 empleos el impacto de su inversión en Almussafes desde 2007. <http://www.levante-emv.com/economia/2015/05/05/ford-cifra-100000-empleos-impacto/1260325.html> (consulta: 03 de junio de 2015)
 - Periódico online Hipertextual.com. Tecnología Jumbotron. <http://hipertextual.com/archivo/2011/03/junkyard-jumbotron-una-aplicacion-que-te-permite-interconectar-pantallas-de-viejos-dispositivos/>. (consulta: 04 de junio de 2015)
 - Periódico Peru21.pe. Noticia las pantallas lcd transparentes de Samsung. <http://peru21.pe/2011/12/29/tecnologia/samsung-muestra-sus-pantallas-lcd-transparentes-2005237>(consulta: 15 de abril de 2015)
 - Periódico Redusers.com. Noticia las pantallas lcd transparentes de Samsung. <http://www.redusers.com/noticias/se-vienen-las-revolucionarias-pantallas-lcd-transparentes-de-samsung/> (consulta: 15 de abril de 2015)

- Revista Emprendedores. Precio de un stand de feria.
<http://www.emprendedores.es/gestion/noticias/montar-un-stand-de-feria>
(consulta: 17 de junio de 2015)

