

No SWEAT

PROYECTO FINAL GRUPO #4

Profesor:
Randall Hernández c.
Gerencia de Mercadeo
(MAC-9206)



Integrantes:
Akemi Figueroa
Carlos Hidalgo
Génesis Gómez
Lorraine Calderón
Katherine Mendoza

ANTITRANSPIRANTE

27 de marzo de 2017

CONTENIDO

	Página
Resumen Ejecutivo	i
Producto	1
Tipo de Producto y Características	1
Justificación de la Selección	2
Industria a la que Pertenece	2
Mercado Meta	2
Micro y Macro Entorno	4
Curso de Acción	5
Mercado de Productos	8
Mercado de Plaza y Precio	9
Mercado de Promoción y Publicidad	10
Conclusión	
Recomendaciones	





¿Transpiración excesiva?

¡No Sweat cambia la vida!

El exceso de sudoración en diferentes partes del cuerpo, conocida como hiperhidrosis o transpiración excesiva, se debe a mayor actividad de lo normal en las glándulas de gran parte de la población mundial.

No Sweat es una verdadera solución antitranspirante, dermatológicamente comprobado, tiene como finalidad combatir de una manera rápida y eficaz el problema de hiperhidrosis (sudoración excesiva), buscando ser de gran ayuda a todas las personas que sufren de este problema, quienes se ven limitados en sus actividades diarias por el temor a sudar y a tener un mal olor.

Panamá tiene un clima tropical propicio para que su población padezca de sudoración, producto de la incidencia solar, las altas temperaturas y niveles de humedad. Por lo que, es un mercado ideal para la comercialización de *No Sweat*.

Está diseñado para ayudar a hombres y mujeres que sufren en su día a día. El producto es hipoalergénico lo que permite aplicarse en todos los tipos de pieles y utilizarse por consumidores de todas las edades. *No Sweat* está dirigido también a ejecutivos y profesionales, que a diario utilizan camisas y no quieren mojarla. En especial, a los consumidores que buscan una presentación descomplicada, simple y fácil de aplicar, precisamente la imagen del producto que transmite de forma clara el mensaje de vivir la vida de forma práctica.

Disponible en las cadenas de farmacias más grandes y con mayor presencia a nivel nacional al alcance de todos. Emplearemos distintos medios para transmitir toda la información a los consumidores en todo el país, a aquellas personas que buscan información a través de las redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter), como aquellos que son un poco más conservadores y prefieren ver televisión, leer periódicos o escuchar radio.

Entre otras actividades iniciales, realizaremos jornadas médicas con dermatólogos durante las carreras mensuales y visitaremos los gimnasios más populares de la ciudad capital.

RESUMEN EJECUTIVO

¡Todo el tiempo seco!

¡Libérate, ya no hay limitaciones!

Las partes del cuerpo donde más se presenta esta situación son las axilas, manos, pies y rostro. *No Sweat* es 100% efectivo si es utilizado correctamente.

¡No arriesgas nada. Cambia tu vida!

No Sweat es para las axilas y otras partes del cuerpo. Al utilizarlo por primera vez debe colocarse las tres primeras noches de manera consecutiva antes de dormir y luego dos noches por semana. Se aplica en poca cantidad solo una pasada.

¡Seco completamente y seguro todo el tiempo!

Es un producto 100% garantizado que al utilizarlo según las indicaciones el consumidor estará feliz por el resto su vida.

PRODUCTO

No Sweat es una solución antitranspirante diseñada específicamente para controlar el problema de la transpiración excesiva.

TIPO DE PRODUCTO Y CARACTERÍSTICAS

Nuestro producto *No Sweat*, dermatológicamente comprobado, tiene como finalidad combatir de una manera rápida y eficaz el problema de hiperhidrosis (sudoración excesiva), buscando ser de gran ayuda a todas las personas que sufren de este problema, quienes se ven limitados en muchas actividades diarias por el temor a sudar y a tener un mal olor.

Es una solución antitranspirante diseñada especialmente para controlar el problema de la transpiración excesiva en la zona de las axilas.

No Sweat tiene una acción antitranspirante muy efectiva en manos y pies y sus resultados se obtienen en poco tiempo.

Los principios activos de *No Sweat* son sales de aluminio con propiedades anhidróticas, es decir que no suda, las cuales actúan parcial y temporalmente sobre los conductos glandulares sin cerrarlos completamente.

Este producto no tapa los poros tampoco causa daños en el cuerpo porque evita la transpiración. Esta última, es una creencia errada que tiene de las personas frente a no sudar y los antitranspirantes en general. Las toxinas tienen salida por la orina, la respiración y las heces fecales.

JUSTIFICACIÓN DE LA SELECCIÓN

Panamá es un país ideal para la comercialización de *No Sweat*. El mercado tiene características especiales y se puede llegar a diferentes tipos de personas, culturas y costumbres para tener una amplia posibilidad de colocación de los productos.

Además, el clima tropical es propicio para que su población padezca de sudoración, producto de la incidencia solar, las altas temperaturas y niveles de humedad.

INDUSTRIA A LA QUE PERTENECE

No Sweat es un producto que compete en la industria de los productos de higiene personal.

MERCADO META

No Sweat está diseñado para ayudar a hombres y mujeres que día a día sufren de sudoración excesiva. Las personas que sufren hiperhidrosis (el exceso de sudor o transpiración excesiva que se produce de forma espontánea, sin ser causada por temperaturas altas o por situaciones de tensión física o emocional) requieren productos especializados con el fin de controlar de manera efectiva el problema de la transpiración excesiva.

No Sweat, comprobado dermatológicamente, tiene como finalidad combatir de una manera rápida y eficaz el problema de hiperhidrosis (sudoración excesiva), ofreciéndoles la solución anhelada a aquellas personas que sufren de este problema y que continuamente están limitados a realizar actividades diarias por el temor a sudar y a tener un mal olor.

Producido en el hermano país Colombia, *No Sweat*, constituye una nueva opción para el mercado panameño.

No Sweat antitranspirantes, desodorantes de grado cosmético, inhibe y detiene la producción de sudor en las glándulas sudoríparas. Actúa a nivel superficial para controlar el mal olor. No tiene olor, por lo tanto puede ser utilizado tanto por damas como caballeros.

Además, se puede aplicar en todo los tipos de pieles, no irrita (hipoalergénico). Es versátil ya que puede aplicarse en varias partes del cuerpo (axilas, muslos y pies).

En el área internacional existen diversas marcas que compiten con nuestro producto, entre ellas tenemos:

El antitranspirante Perspirex

Presenta como una solución efectiva para el exceso de sudoración. Es la marca líder del mercado, su precio actual en el mercado es de USD14.25, con una participación estimada entre los años 2016-2017 del 28,6%.

Uriage Desodorante Antitranspirante Roll-On

Uriage es un antitranspirante muy reconocido, el cual tiene un precio en el mercado de USD15.50. Se estima que para los años 2016-2017 tendrán una participación de 28,6%.

Dryses Solución Antitranspirante

Ofrece un control específico para la sudoración excesiva producida en axilas, este antitranspirante tiene un precio en el mercado de USD13.75. En los años 2016-2017, se estima tendrá una participación de 14,3% en el mercado.

Odaban

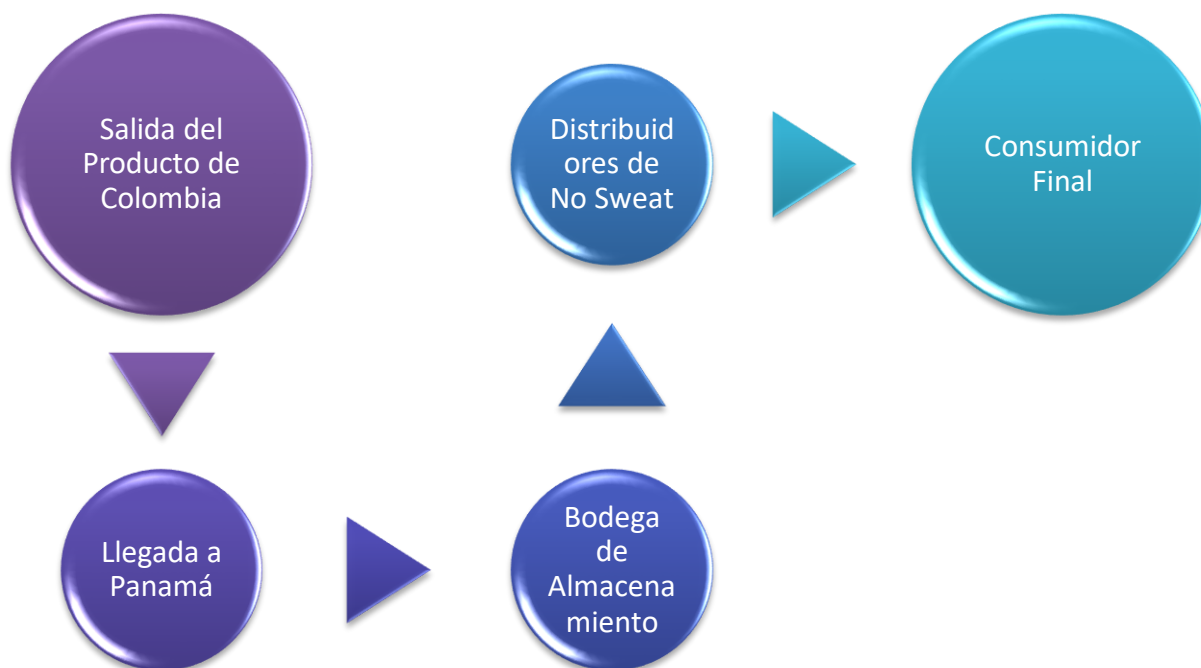
Elimina la transpiración excesiva de manera eficaz, por su presentación en spray se aplica en cualquier parte del cuerpo. Su fórmula avanzada y científicamente aprobada puede adaptarse a todo tipo de piel. Odaban tiene un precio de USD14,55. En los años 2016-2017, se estima una participación de 14,3% en el mercado.

MICRO Y MACRO ENTORNO



CURSO DE ACCIÓN

El siguiente diagrama permite establecer una representación visual de los procesos, tiempos y actividades del producto. A continuación se presenta el curso de acción de la empresa:



Salida de la Mercancía de Colombia

Se realiza el pedido de *No Sweat* y se cancela la totalidad del dinero devengado por la cantidad solicitada por nuestra empresa para la venta en Panamá.

El pedido es enviado hacia la ciudad de Panamá a través de servicio de courier internacional. Este envió parte desde el puerto de Cartagena, Colombia hasta el puerto Balboa, Panamá.

Llegada a Panamá y Traslado a Bodega

Una vez desembarcado, se realizan los pagos pertinentes de los aranceles aduanales e impuesto que representa la nacionalización de la carga para ser trasladadas hacia el almacén de la empresa.

La comprensión de nuestro mercado es esencial para entablar relaciones rentables con nuestros clientes. Así mismo, es necesario conocer y estudiar a nuestra competencia, para de esta manera crear ventajas competitivas, acorde a las posibilidades de la empresa.

La ventaja competitiva constituirá el atributo superior y estratégico que el producto tendrá sobre sus competidores dentro de la industria y mercado. Es decir, aquello en lo cual nuestra empresa es mejor que los competidores y con lo que es capaz de entregar mayor valor a sus clientes.

Es por ello que, una vez evaluado e identificado a los competidores, sus motivaciones y objetivos, diseñaremos las estrategias específicas de marketing que nos den el resultado de una o varias ventajas competitivas que provean un valor superior para nuestros clientes.

Las ventajas competitivas con las que cuenta nuestra empresa son las siguientes:

- 👍 Panamá es un punto estratégico de conexión comercial internacional, contamos con la ventaja de exportar e importar el producto a cualquier país o mercado definido a futuro.
- 👍 Contamos con la ventaja de ratificación de tratados de libre comercio con Colombia, lo que implica la eliminación de aranceles y barreras no arancelarias de las exportaciones colombianas a uno de los principales mercados de Centroamérica como lo es Panamá.
- 👍 Motivado a la ampliación del Canal de Panamá, la empresa cuenta con la ventaja de reducción de costes por unidad de transporte, al poder mover más cantidad de producto en menos tiempo.

- 👍 Poca competencia en el mercado, siendo la empresa la única en ofrecer un producto que controle a corto plazo el problema de la sudoración excesiva en partes localizadas.
- 👍 La empresa ofrece al mercado un producto económico y eficiente que permita eliminar a corto plazo la sudoración excesiva.
- 👍 Presencia del producto en puntos estratégicos, principales cadenas de farmacéuticas, con la finalidad de que esté al alcance de todos los consumidores, debido a que están distribuidas a lo largo del territorio nacional.
- 👍 Producto de alta calidad con resultados inmediatos, en el infrecuente caso de no tener ningún tipo de resultado en la segunda aplicación se realiza el reintegro del dinero (siempre que se utilice el producto de la manera adecuada prescrita en las indicaciones).



Análisis de los competidores internacionales

En el área internacional tenemos diversas marcas que compiten con nuestro producto entre ellas tenemos:

ANTITRANSPIRANTE	COSTO	IMPACTO (2016-2017)	IMAGEN
Perspirex	\$14.25	Es la marca líder del mercado, con una participación estimada de 28.6% representando una cantidad de 56 unidades por punto de venta de un total de 196 unidades.	
Uriage	\$15.50	Es la marca bastante reconocida del mercado, con una participación estimada de 18.9% representando una cantidad de 37 unidades por punto de venta de un total de 196 unidades.	
Dryses	\$13.75	Se estima tener una participación de 14.3% en el mercado, que representa 28 unidades por cada punto de venta de un total de 196 unidades.	
Odaban	\$14.55	Elimina la transpiración excesiva de manera eficaz. puede adaptarse a todo tipo de piel. Se estima una participación de 14,3% en el mercado	

El producto antitranspirante que se propone tiene grandes competidores a nivel internacional, como se puede ver en el cuadro comparativo, cada uno de ellos tiene sus propias especificaciones y precios específicos los cuales impactan directamente en nuestro producto.

MERCADO DE PRODUCTOS

No Sweat a diferencia de los desodorantes de la competencia es libre de alcohol, por lo cual no causara irritación. Actúa contra la sudoración excesiva y mal olor hiperhidrosis y bromohidrosis respectivamente.

Por ser un producto que actúa progresivamente sobre la sudoración excesiva, no requiere ponérselo todos los días, por lo cual rinde más, en su presentación en roll-on con un contenido de 30 ml.

Tiene una presentación muy juvenil, moderna y descomplicada en presentación roll-on, la cual es menos agresivo contra la piel. Su caja en color de fondo negro y blanco con letras en rojo indicando su nombre *No Sweat*; capta la atención del consumidor.

El producto va dirigido no solo a personas con una condición médica de sudoración excesiva y mal olor, sino también a personas que realizan deportes, atletas, ejecutivos y profesionales, que a diario utilizan camisas y no quieren mojarla. Este tipo de personas busca una presentación descomplicada, práctica y fácil de usar, y es precisamente la imagen del producto la que da idea de esa forma práctica de vivir la vida.

MERCADO DE PLAZA Y PRECIO

Para alcanzar los objetivos y metas establecidas por la empresa adoptaremos estrategias de marketing específicas que nos permitan dar a conocer el producto, aumentar las ventas y lograr una mayor participación en el mercado en un corto período.

Precio

Nuestro producto tendrá un precio de USD\$13.98, lo que resulta bastante accesible para los consumidores, ya que como lo hemos explicado *No Sweat* en principio está dirigido a aquellas personas que sufren de sudoración excesiva (hiperhidrosis), tanto en las axilas, manos y pies, pero también puede ser usado por aquellas personas que realizan actividades físicas y que se exponen al mal olor y a sudar de manera descontrolada.

Aunque pareciera que el precio es un poco elevado resulta accesible para el consumidor de *No Sweat*, debido a que no es un producto de uso diario, sino de ciertos días a la semana. Por este motivo, su compra regular varía de dos a tres meses aproximadamente. En otras palabras, tendría que adquirir el producto *No Sweat* en dicho período.

Plaza

No Sweat será ofrecido y vendido en las cadenas de farmacias a nivel nacional, con el objetivo de que nuestro producto esté al alcance de todas las personas (fácil adquisición). Para ello, implementaremos las siguientes estrategias:

- 👍 Hacer uso de intermediarios (dermatólogos y visitantes médicos) con el fin de lograr una mayor cobertura de nuestro producto en el área de la salud, buscando ser recomendados por los especialistas locales.
- 👍 Implementar una estrategia de distribución, ubicando nuestros productos en un principio en las cadenas de farmacias más grandes y con mayor presencia en el país a saber: Farmacias Arrocha y Farmacias Metro.
- 👍 Farmacias Arrocha: En las sucursales de Calidonia, Transístmica, Vía España, Obarrio, Paitilla, Calle 50, Albrook, Costa del Este, Costa Verde, Chitré y Chiriquí.
- 👍 Farmacias Metro: Altos de Panamá, Bethanía, Brisas del Golf, Calle 50, Cangrejo, Chanis, Costa del Este, Marbella, Obarrio, San Francisco, Paitilla, Tocumen, Vía Porras, Chitré y Coronado.

MERCADO DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Lo que se busca es dar a conocer el producto rápidamente por ser nuevo en el mercado panameño, algunas de las estrategias que se van a aplicar son:

Televisión

Tendremos anuncios publicitarios en un programa al mediodía durante tres días a la semana (lunes, martes y miércoles) con la finalidad de dar a conocer nuestro producto a través de este medio visual que es bastante eficiente, ya que logra llegar a muchos hogares a nivel

nacional. En este espacio publicitario podremos explicar las ventajas de *No Sweat*, beneficios, como usarlo, donde adquirirlo, entre otros datos relevantes.

Radio

Asistiremos a programas de radio inicialmente dos días a la semana (martes y jueves), en un horario matutino. Decidimos optar por este horario debido a la cantidad de oyentes que prefieren este medio de comunicación para informarse cuando se dirigen a sus trabajos o a sus labores diarias.

Periódico

Nuestro producto aparecerá en el periódico los días domingos específicamente en el diario La Prensa, donde se presentará *No Sweat* junto a sus beneficios, modo de uso, precio del producto y las farmacias donde se pueden comprar.

Anuncios en nuestras páginas de Internet

Hoy en día las redes sociales son un factor importante en el crecimiento de una empresa, ya las mismas redes se encargan de dar a conocer el producto. A través de Facebook, Instagram y Twitter podemos aclarar las dudas que pueden tener los consumidores.

Para lograr el éxito de las empresas cada día se hace necesario que estas cuenten con un posicionamiento en Internet y más que todo en las redes sociales, debido a que gran parte del tráfico de Internet llega a través de las redes sociales. El público joven presenta mayor inclinación a utilizarlas, de allí la importancia de que nuestro producto sea dado a conocer por estos medios.

Es por ello que para dar a conocer *No Sweat* y lograr un reconocimiento de nuestro producto en el mercado panameño se requiere de un plan de marketing digital orientado a redes sociales. Esto nos dará la ventaja no solo de dar a conocer nuestro producto, sino de llegar a un número amplio de usuarios de manera económica, así como, obtener ventas potenciales si se logra posicionar el producto en las redes.

Redes Sociales del Producto

Instagram

Esta red social conocida por imágenes, en especial por fotografías, se utilizará para facilitar toda la información acerca de salud, el uso correcto del producto, nuestros puntos de distribución, se informarán de las promociones, descuentos y se resaltarán los beneficios que ofrece *No Sweat*. Todo ello con el objetivo de crear lazos entre los panameños hacia nuestro producto y así construir nuestra identidad para que estos se identifiquen con la marca.



Facebook

En esta red social, de igual forma se dará a conocer nuestro producto, pero desde un punto de vista más corporativo, se podrá postear información con contenido más amplio sobre la enfermedad, origen, causas y consecuencias.

Daremos a conocer las fechas de nuestros eventos y los beneficios de su participación en los mismos. Sumado a esto, *Facebook*, nos permitirá llegar a la mayoría de los clientes ya que tiene un mayor alcance en rango de edades mayores ampliando el espectro de difusión de nuestro producto.



Algunas de nuestras promociones:

Carreras Running

Se realizarán jornadas médicas en las diversas carreras que se lleven a cabo mensualmente, contaremos con dermatólogos especializados que ayudaran aclarar las dudas y enfatizar los beneficios de usar *No Sweat* en especial para los atletas que sufren de sudoración excesiva.

Gimnasios

Presencia en los principales gimnasios, proporcionando muestras gratis a quienes buscan una mejor salud física, en muchas ocasiones estas personas son las primeras afectadas con la sudoración excesiva, nuestros productos ayudarían a combatirla garantizando comodidad y una mejor calidad de vida.

Descuento (50% en el segundo antitranspirante)

Por la compra de un antitranspirante *No Sweat*, el segundo tendrá un descuento del 50% de su costo original. Esta promoción será válida en las cadenas de farmacias durante un período determinado.

CONCLUSIÓN

No Sweat tiene ventajas competitivas tanto en su composición, propiedades, presentación, precio y rendimiento en relación con los desodorantes antitranspirantes de la competencia.

Tomando en cuenta la gran influencia que las redes sociales han tenido en el mundo hoy día, lo cual ha cambiado sin lugar a dudas la forma en la que vivimos y más aún la forma en la que nos comunicamos. Esta excelente herramienta nos permite tener un contacto directo con nuestros clientes, conocer sus necesidades y nos ayuda a su vez a desarrollar estrategias para dar respuestas a esas necesidades planteadas por los clientes de manera fácil, práctica y rápida. Es por ello, que creamos distintos mecanismos para que les llegue toda la información a todos a lo largo del territorio, tanto aquellas que buscan información a través de las redes sociales, como aquellos que son un poco más conservadores y prefieren ver televisión, leer periódicos y escuchar radio.



RECOMENDACIONES

Se deben continuar monitoreando y evaluando las estrategias de la competencia existente en Panamá y resaltar las ventajas competitivas que tiene *No Sweat*.

Capacitar al todo el personal que trabaja en los puntos de venta sobre las bondades y ventajas del producto *No Sweat*.

Colocar impulsadoras o demostradoras en los puntos de ventas en horas pico y días durante y después del período de pago de salarios (quincenal), en las sucursales de las cadenas de las farmacias de mayor venta o movimiento.

