

Tesis de graduación

Alumna: Carolina Bauer

Indice

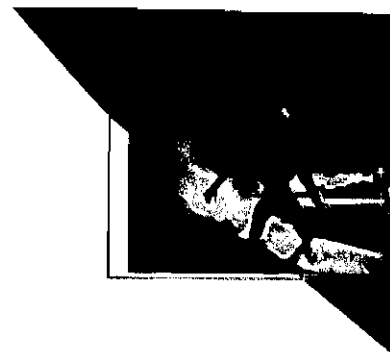
| | |
|---|----|
| Tema - Problema - Fundamentación - Objetivos Generales..... | 1 |
| Objetivos Especificos - Plan de investigación..... | 2 |
| El deporte de riesgo vende..... | 4 |
| Proceso de Investigación..... | 5 |
| Informe de Resultados..... | 6 |
| ¿Cómo está el mercado?..... | 7 |
| ¿Qué se ve en las tiendas?..... | 11 |
| ¿Qué opinan los surfistas?..... | 14 |
| Formato de encuesta a surfistas..... | 15 |
| Relevamiento de datos..... | 17 |
| Resultados más destacados de la investigación..... | 23 |
| Observaciones de mercado y acciones recomendadas..... | 25 |
| Mercados potenciales..... | 29 |
| Conclusiones..... | 30 |



El acelerado aumento de surfistas manifestado en los últimos años, ha dado como resultado muchos ojos en mira de la rentabilidad que este deporte puede generar.

TEMA:

"Fundas para tablas de surf".



PROBLEMA

¿Existe un futuro viable para la fabricación de fundas en Mar del Plata?

FUNDAMENTACIÓN

Esta investigación de mercado nace con el propósito de recabar información acerca de las preferencias, comportamientos y actitudes de compra que tienen los surfistas a la hora de elegir una funda para sus tablas de surf.

Dicha información servirá de apoyo para un posterior plan de negocios cuya idea principal está basada en implementar en la ciudad de Mar del Plata un micro emprendimiento que tenga como objeto fundamental la fabricación y comercialización de fundas para tablas de surf.

La idea original de esta investigación surge porque ya desde hace algunos años se viene observando que cada vez que los surfistas viajan fuera del país (especialmente a Brasil) es muy común que traigan entre sus pertenencias una funda para su tabla de surf. A esto podemos agregar que los precios que se ven en nuestro país son según parece bastante excesivos, por lo tanto podríamos inferir que existe un alto porcentaje de probabilidad de que en la Argentina se esté perdiendo una importante porción de mercado.

OBJETIVOS GENERALES:

Definir qué valoran los surfistas a la hora de comprar una funda determinando pautas de consumo pasadas y de esta manera inferir pautas de consumo futuras.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Determinar cómo está el mercado del surf en la actualidad: tendencias de crecimiento, público actual y/o potencial.

Determinar que tipos de fundas se ve en las tiendas de venta al público: marcas, diseños, precios.

Determinar qué valoran los surfistas a la hora de elegir una funda, donde compran, por qué compran, qué esperan de su compra, que necesidad satisfacen.

Conocer hábitos de los surfistas que representen nuevas funciones de uso para las fundas.

PLAN DE INVESTIGACIÓN:

Ahora la pregunta es: ¿Es solo cuándo los surfistas están en el exterior que ellos toman la decisión de adquirir una funda para su tabla? ¿La calidad de las fundas de afuera superan a las argentinas?

O será quizá que el precio de las fundas de afuera es inferior al precio de las argentinas?

El dilema es respondernos todas estas preguntas y para esto nada mejor que una investigación de mercado que nos revele todos éstos interrogantes.

Para esto será necesario recopilar datos, tanto de fuentes primarias como de fuentes secundarias.

Para recopilar la información secundaria se recurrirá a la asociación marplatense de surf y bodyboards; a través de este medio solicitaremos información acerca de la cantidad aproximada de surfistas existentes en Mar del Plata. Esto nos ayudará a tener una idea amplia y aproximada de nuestro público meta para que de esta manera podamos definir una muestra representativa, nos contactaremos también con directivos de la revista "Surfista" para indagar y conocer un poco más sobre el mundo del surf y las necesidades de los surfistas.

Una vez recogida esta información se procederá a la obtención de los datos primarios.

En este caso y para empezar se hará un estudio de la oferta. Debido a que en los tiempos que corren es muy difícil que se nos proporcione información verdadera, se realizará un censo de la cantidad de tiendas dedicadas a la venta de artículos de surf existentes en la ciudad

de Mar del Plata y así llevaremos a cabo una investigación de tipo exploratoria. Acudiremos a las tiendas mimetizados como futuros compradores interesados en el producto fundas y así recabaremos información relacionada con las marcas de fundas más trabajadas, precios, modelos, colores, calidades.

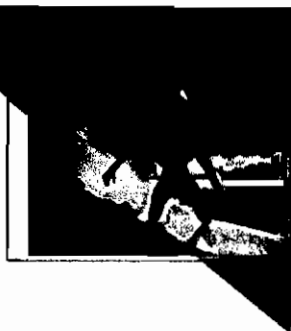


Conjuntamente con esta investigación se pondrá en marcha otra de tipo descriptiva. Se realizará un cuestionario de preguntas estructuradas a una porción de la población objetivo que tomaremos como muestra representativa. De esta forma podremos conocer los usos, preferencias, actitudes y comportamientos de compra de los surfistas.

Simultáneamente aplicaremos la técnica de observación natural, para determinar así nuevos usos a poner en práctica.

Por otro lado, también se hará un breve análisis de cómo está la industria del surf en nuestro país. De los resultados de éstos análisis y de las conclusiones obtenidas podremos deducir cuáles serán los pasos a seguir luego de haber finalizado con la investigación.

EL DEPORTE DE RIESGO VENDE



El mercado deportivo transita por un período de expansión y está dando lugar al ingreso de las principales marcas relacionadas no sólo con los deportes convencionales, sino también con los alternativos o extremos.

El surf, skate, ski, wakeboard y el snowboard son las actividades que más adeptos tienen en el mundo, y las estrategias de las marcas apuntan hacia esos deportes. La dimensión que está adquiriendo este mercado hizo que la facturación de los deportes de riesgo en la Argentina llegara a los 100 millones de dólares, según fuentes del sector.

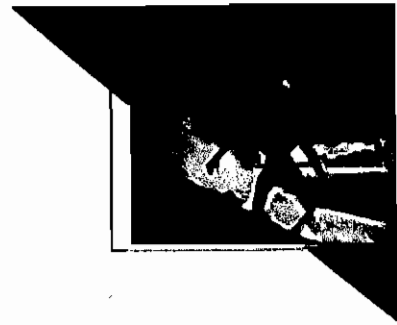
Estas actividades son una combinación de adrenalina, vértigo y emoción, que dan lugar a un alto crecimiento, preferentemente entre los jóvenes.

Los deportes extremos están en auge en todo el mundo y desde hace 2 años ese auge se instaló en la Argentina. Hoy hay mucha demanda por parte de los fanáticos de estos deportes.

La edad de los que practican estos deportes oscila entre los 10 y los 28 años y el nivel socioeconómico es medio-alto. Se estima que para el 2005 el 45% de los jóvenes basará sus tendencias de indumentaria en este tipo de deportes.

Nota del diario Clarín — Leonardo Morales — Diciembre de 1999

PROCESO DE INVESTIGACIÓN



Esta investigación estará dividida en tres etapas:

1ERA PARTE) CÓMO ESTÁ EL MERCADO?

2DA PARTE) QUÉ SE VÉ EN LAS TIENDAS?

3RA PARTE) QUÉ OPINAN LOS SURFISTAS?



INFORME DE RESULTADOS

¿CÓMO ESTÁ EL MERCADO?



La información recopilada pudo darnos una fotografía bastante clara de cómo está el mundo del surf.

Hasta hace algún tiempo se pensaba que el surf era solo para unos pocos. Adolescentes y adultos "locales" eran el público de preferencia.

Pero esta situación ha cambiado, hoy podemos ver que este deporte está ocupando un lugar más importante que el de hace algunos años.

Si bien sabemos que en la Argentina no existe una fuerte cultura del surf, día a día apreciamos más acontecimientos que lo involucran y vemos que el espectro de eventos relacionados con este deporte crece a un ritmo impredecible.

En la actualidad, los medios de comunicación están respondiendo a las necesidades del público interesado procurando la satisfacción de tales exigencias. Y los hechos ya lo demuestran: podemos encontrar revistas, programas de T.V, radios y páginas WEB de surf.

También vemos la palabra "SURF" en la cartelería de bares, en avisos publicitarios que no advierten relación alguna con este deporte y escuchamos publicidades que hacen tributo e incitan a adoptar una imagen similar a la de los surfistas.

Y esto no es todo, ya que tampoco podemos dejar de mencionar a un nuevo y cautivante desafío que hasta hace poco no se había estado presentando, y esto es la inserción de los turistas, de los niños, de las chicas, y de las personas de mayor edad, un nuevo mercado que se ha aproximado con nuevas conductas y otras inquietudes.

En las playas ya no son solo los oriundos de zonas costeras quienes lo practican.

Podemos ver gente del interior del país que nunca olvida su tabla al momento de tomarse unas vacaciones. Las escuelas de surf intensifican sus clases para aquellos que no son ciudadanos puedan

tener una rápida y satisfactoria incursión en el mar.

Observamos que ya desde muy pequeños los niños comienzan a indagar (ya sea solos o con sus padres) los riesgos de este deporte mientras que las chicas y los más que adultos se han animado a superar las barreras que las impedían penetrarse en un desconocido mundo.

Podemos decir entonces que el surf ha tomado y está tomando un papel crucial en la vida de muchas personas.

Eventos relacionados con el surf:

a) Programas televisivos exclusivamente dedicados al surf. (MdQ surf T.V.)



b) Programas televisivos dedicados a deportes extremos.

c) Páginas Web dedicadas a brindar información de interés para los surfistas, a la vez del reporte diario de olas. (www.elsurfero.com, www.portalsurfer.com)



d) Radios FM que tienen especiales donde brindan el reporte diario de olas de la ciudad (89.4 Coast Melody 105.9)

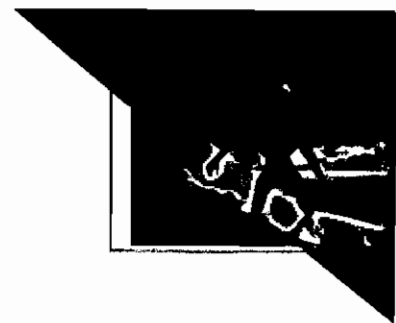
e) Campeonatos de surf (campeonato Reef Clasic, Iberoamericano de Surf, campeonato Sol de Noche —nocturno organizado en playa Tamarindo—, y campeonatos en general que cada vez se realizan con más frecuencia).

f) Escuelas dedicadas a la enseñanza de surf (Ondas, Academia Argentina, Carlos Di Pace, Escuela Playa Grande, Escuela Nuevos Horizontes).

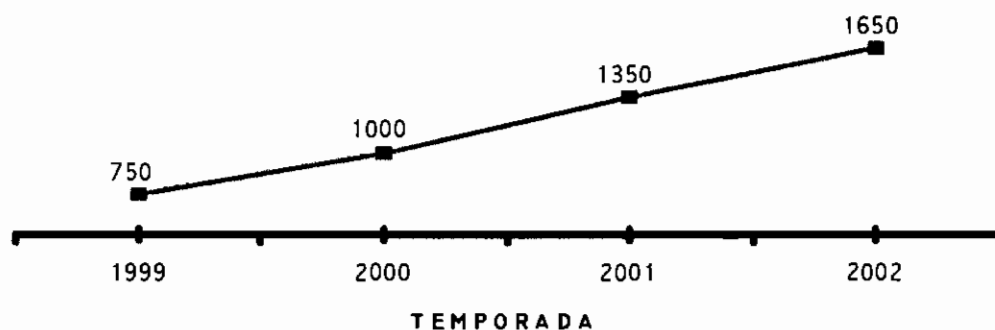
g) Nuevos emprendimientos relacionados con el deporte. (fabricantes de tablas, indumentaria, insumos).



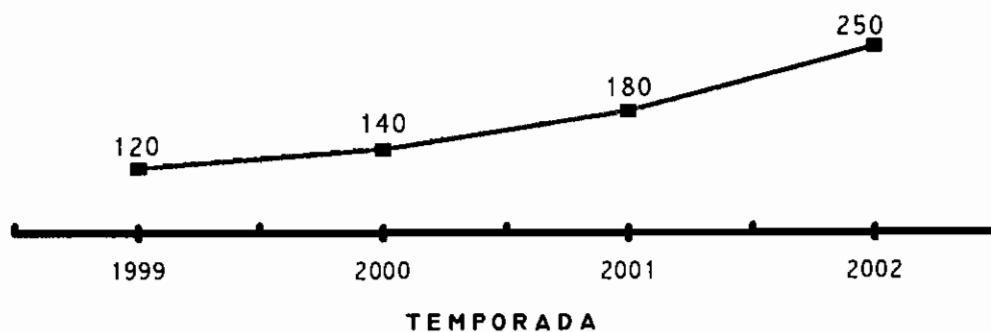
DATOS ESTADÍSTICOS SOBRE LA INSERCIÓN DE LOS NIÑOS Y LAS CHICAS EN ESTE DEPORTE.



CANTIDAD PROMEDIO DE NIÑOS ENTRE 6 Y 15 AÑOS QUE ASISTIERON A UNA ESCUELA DE SURF*.

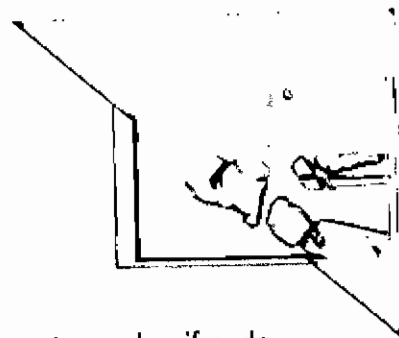


CANTIDAD PROMEDIO DE CHICAS QUE ASISTIERON A UNA ESCUELA DE SURF*.



* Esta cantidad es el promedio del total de los alumnos de las 5 escuelas de la ciudad de Mar del Plata. Estos datos fueron dados por temporada veraniega.

¿QUÉ SE VE EN LAS TIENDAS?:



En los últimos años se ha registrado en Mar del Plata un importante incremento en la cifra de locales de surf.

Hasta hace unos años los locales típicos eran los ubicados en la Galería Sao, pero ahora ya podemos encontrar muchos de ellos en la Av. Juan B. Justo, en la calle San Juan, Alem, Gûemes, Rivadavia y algunos otros en calles de menor importancia.

Por esta razón, para la realización de esta parte de la investigación se procedió a la visita de todos los locales de surf, ya que consideramos que solo de esta manera se podría conseguir la información necesaria para alcanzar los objetivos de la investigación.

Con el pretexto de ser futuros compradores; acudimos a ellos para recabar datos que nos revelen la siguiente información:

1- CANTIDAD TOTAL DE LOCALES DEDICADOS A LA VENTA DE FUNDAS PARA TABLAS DE SURF EN LA CIUDAD DE MAR DEL PLATA.

2- PRINCIPALES MARCAS

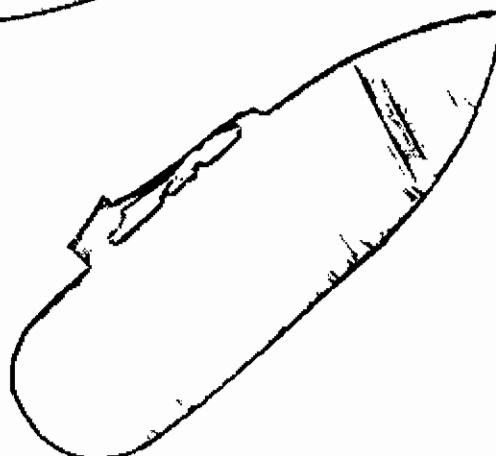
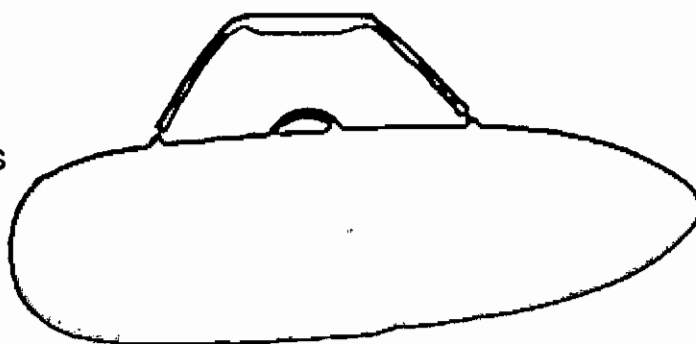
3- MODELOS

4- DISEÑOS

5- COLORES

6- MATERIALES

7- PRECIOS



Censo:



| | |
|---|----|
| CANTIDAD EXACTA DE LOCALES DE SURF EN MAR DEL PLATA | 40 |
| CANTIDAD DE LOCALES QUE VENDEN FUNDAS PARA TABLAS | 16 |

Podemos decir entonces que el 40% de los locales comercializan fundas para tablas.










Marcas más vistas en los locales:



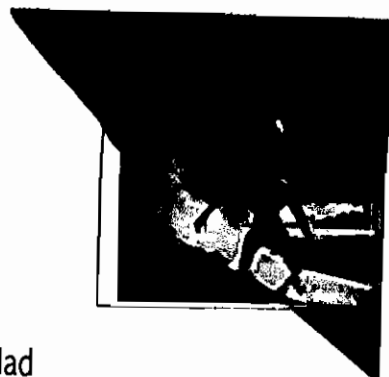
Hay que destacar que ninguna de éstas marcas se dedica exclusivamente a la venta de fundas, sino que todas tienen una línea de productos mucha más amplia. (indumentaria, accesorios, tablas, etc).

| TIPOS DE FUNDAS VISTAS EN TODOS LOS LOCALES | PRECIO MEDIO |
|---|--------------|
| COMÚN | \$39 |
| VIAJE | \$ 115 |



| CARACTERÍSTICAS TIPO DE FUNDA | COLORES | MATERIALES Y FORMAS | DISEÑOS |
|----------------------------------|--|---|--|
| COMÚN |  Lisos  Rayados  | Telas finas y elásticas adaptables a las formas de la tabla. (tewel sin friza) | La única diferencia existente entre este tipo de fundas está dada por los colores, y tipo de tela. (ninguna tiene cinta de agarre) |
| VIAJE |    Solo lisos    | Compuestas por tres capas de telas: exterior, relleno, inferior. Exterior: telas impermeables y resistentes (poliéster 250 en adelante). Relleno: guata, goma eva, espuma de polietileno. Inferior: rafirol, nylon fino. | La diferencia está dada por la cantidad y distribución de bolsillos, por la existencia o no existencia del relleno y por la cantidad de tablas capaz de transportar. |

¿QUÉ OPINAN LOS SURFISTAS?



Podemos definir como nuestra población objetivo a todos los surfistas de la ciudad de Mar del Plata, pero debemos aclarar que en la actualidad solo existen datos estimativos, no hay censos que reflejen con certeza la cantidad exacta. Por lo tanto lo que sabemos es que:

En toda la costa, desde San Clemente hasta Necochea hay aproximadamente unos 5000 surfistas. En Mar del Plata se estiman unos 1500 surfistas constantes, pero en realidad esta cifra se podría alterar si cambiamos el criterio de evaluación.

Es decir, podemos tomar como surfistas a todas las personas que acuden a las playas a practicar este deporte, o por el contrario podríamos tomar como surfistas exclusivamente a aquellas que lo practican con cierta regularidad.

A los efectos de continuar con los objetivos de la investigación, tomamos como cifra simbólica de la población objetivo a los 1500 surfistas de la ciudad.

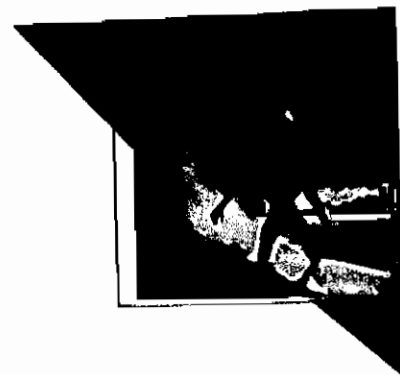
Decidimos tomar como muestra representativa a un 10% de esa población, es decir a 150 surfistas.

Como regla principal para ser encuestados, los surfistas debían ser poseedores de fundas para tabla y mayores de 16 años, ya que consideramos que de esta forma se obtendrían datos más específicos.

Se utilizó como método de recolección de datos la entrevista personal y como instrumento una encuesta de preguntas estructuradas.

Los surfistas a encuestar fueron elegidos al azar de playas como Varesse, Playa Grande, Waikiki, Playas del Sur.

FORMATO DE ENCUESTA A SURFISTAS:



Edad:

Sexo: Masculino Femenino

1) ¿Utilizas funda para tu tabla de surf? (Marca con una cruz tu respuesta).

Sí No

2) Si tu respuesta fue afirmativa; ¿qué tipo de funda utilizas?

Común Viaje Especifica marca:

3) ¿Compraste tu funda en la Argentina o en otro país?

Argentina Otro país Especifica:

4) Si la compraste en otro país, podrías decirnos si alguna de éstas razones motivó tu compra? (marca tu respuesta con una cruz)

Calidad superior Precio bajo Diseño Diferente

Colores variados Necesidad inmediata

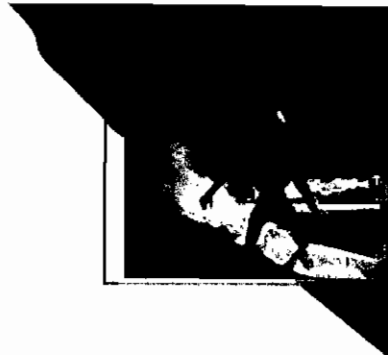
5) ¿Dónde compraste tu funda?

Surf Shop Fábrica

6) Estás al tanto de los precios de fundas de Mar del Plata?

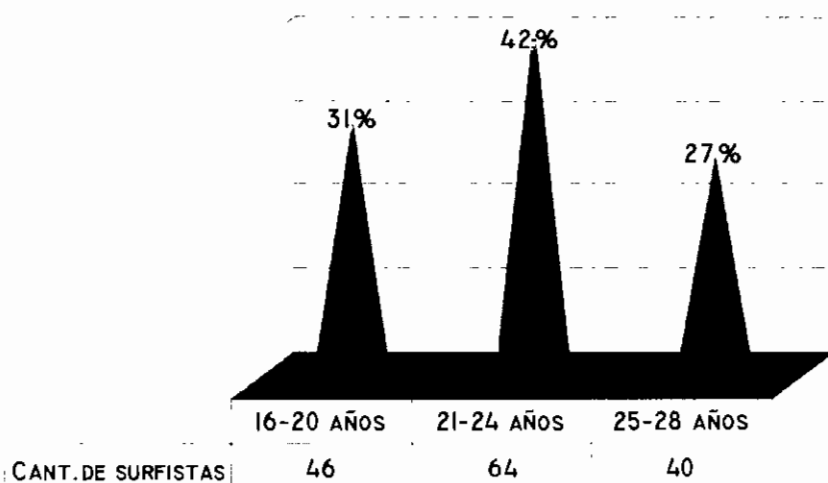
Sí No

RELEVAMIENTO DE DATOS:



- La edad de las personas entrevistadas fue la siguiente:

EDAD DE LOS SURFISTAS ENTREVISTADOS



- De las respuestas de los 150 entrevistados que utilizan fundas para su tabla, determinamos que:

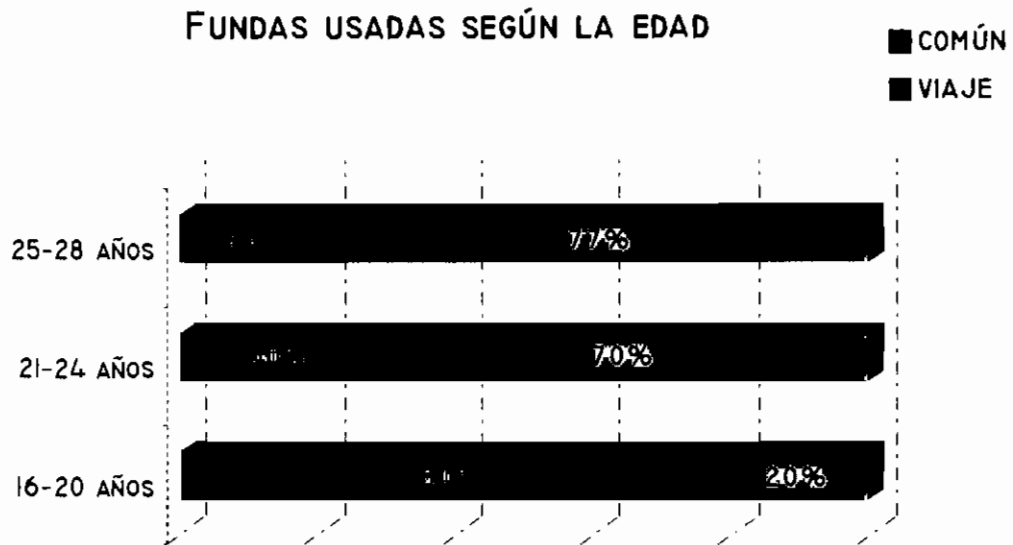
90 surfistas usan..... fundas de viaje

60 surfistas usan..... funda común.

TIPO DE FUNDAS QUE UTILIZAN LOS SURFISTAS



- Se determinó que existe una relación entre el tipo de funda usada y la edad de los surfistas:



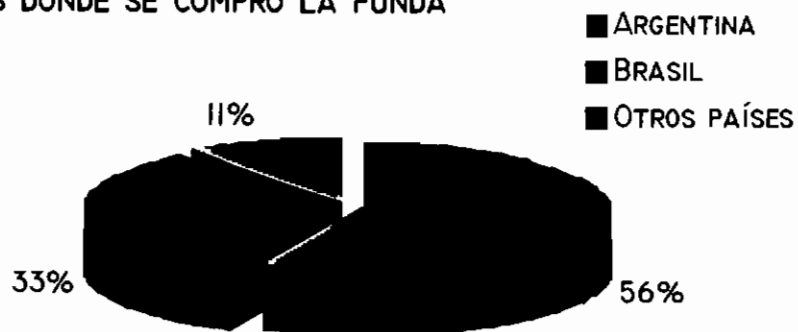
- Del total de los surfistas se observó que:

85 fundas fueron compradas en..... Argentina

45 fundas fueron compradas en.....Brasil

16 fundas fueron compradas en.....Otros países (México, Indonesia y California).

PAÍS DONDE SE COMPRÓ LA FUNDA





- Los surfistas que compraron en otros países sus fundas, afirmaron como razón los siguientes motivos:

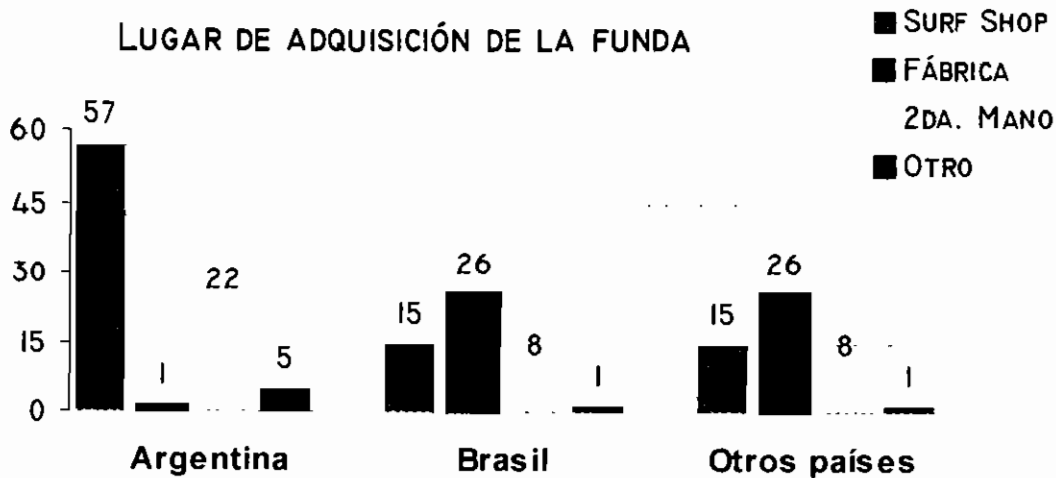
| PRECIO BAJO Y NECESIDAD INMEDIATA | PRECIO BAJO | DISEÑO ATRACTIVO | NECESIDAD INMEDIATA |
|-----------------------------------|--------------|------------------|---------------------|
| 4 SURFISTAS | 37 SURFISTAS | 6 SURFISTAS | 18 SURFISTAS |

Las opciones "Calidad superior" y "colores variados" no fueron mencionadas.

- La respuesta a la pregunta del lugar de compra de las fundas fueron las siguientes:

| | Surf Shop | Fábrica | 2da. Mano | Otros (*) |
|--------------|-----------|---------|-----------|-----------|
| Argentina | 57 | 0 | 23 | 5 |
| Brasil | 15 | 26 | 8 | 0 |
| Otros países | 8 | 6 | 2 | 0 |

(*) la respuesta a la opción "otros" perteneció en todos los casos, a FABRICACIÓN PROPIA y se trataba del tipo de funda común)



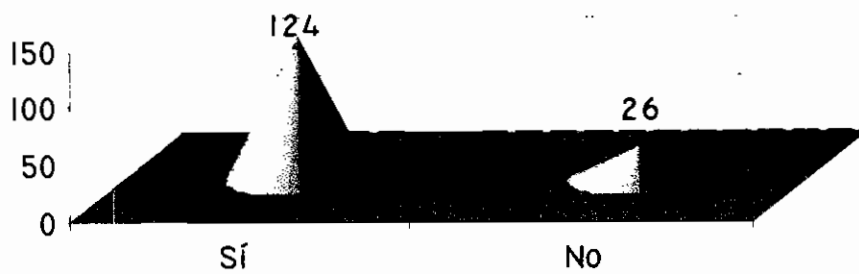


- Del total de los encuestados:

Conocían el precio de fundas de MdP.....124

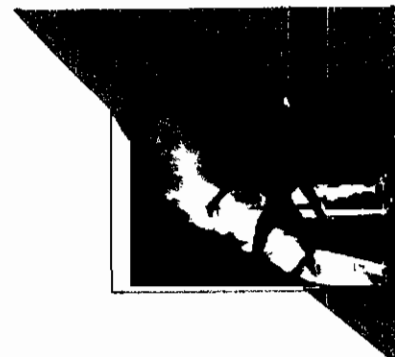
No conocían el precio de fundas de MdP.....26

CONOCIMIENTO DE PRECIOS DE FUNDAS

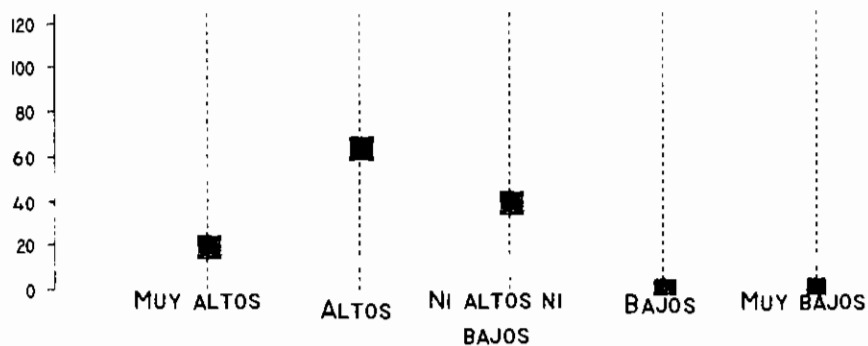


- Las opiniones de los 124 surfistas que estaban al tanto de los precios de Mar del Plata, fueron las siguientes:

| MUY ALTOS | ALTOS | NI ALTOS NI BAJOS | BAJOS | MUY BAJOS |
|--------------|--------------|-------------------|-------|-----------|
| 20 SURFISTAS | 64 SURFISTAS | 40 SURFISTAS | - | - |
| 16% | 51% | 33% | | |



OPINIÓN DE PRECIOS DE MDP

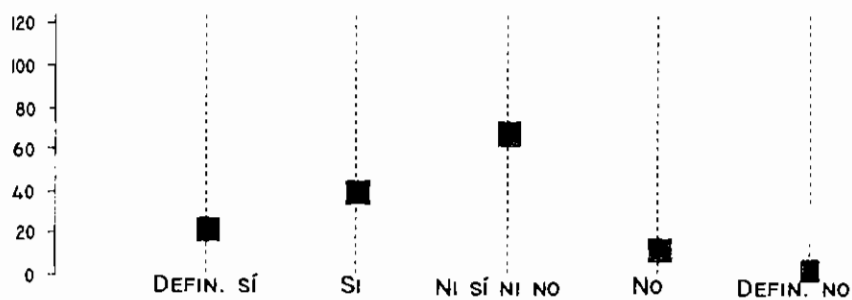


Las opciones "bajos" y "muy bajos" no fueron elegidas.

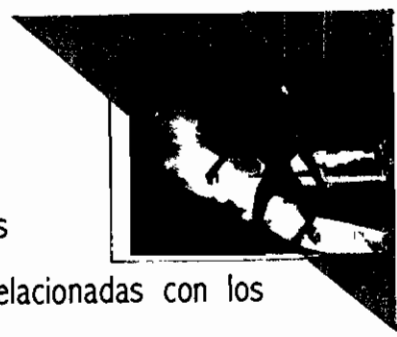
- Las respuestas a la conformidad de sus fundas actuales fueron las siguientes:

| DEFINITIVAMENTE SÍ | SÍ | NI SÍ NI NO | NO | DEFINITIVAMENTE NO |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| 23 SURFISTAS | 41 SURFISTAS | 69 SURFISTAS | 13 SURFISTAS | 4 SURFISTAS |

CONFORMIDAD CON LOS RESULTADOS DE LA FUNDA



- Fueron 32 los surfistas que aportaron sugerencias en caso de estar con las personas que fabricaron y diseñaron sus tablas. Las mismas estaban relacionadas con los siguientes aspectos:

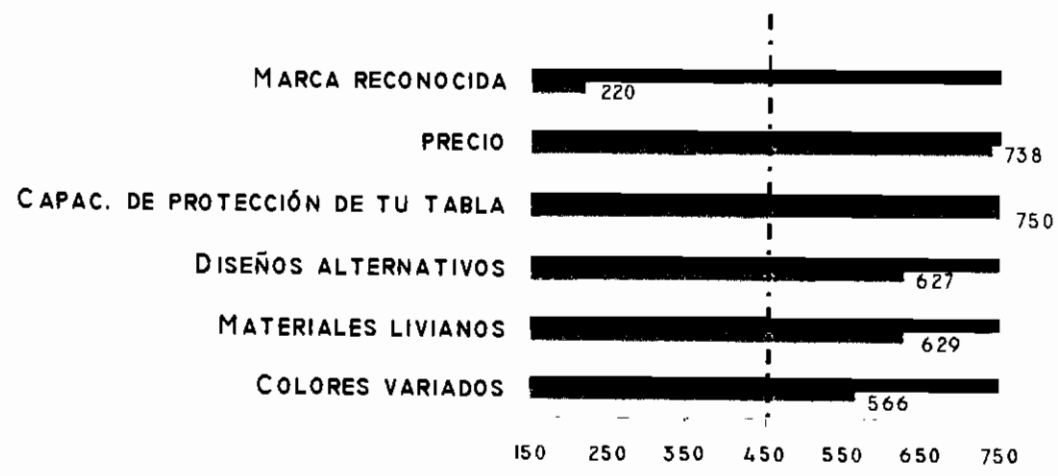


COSTURAS Y MATERIALES FUERTES

- En cuanto al resultado de las calificaciones de atributos, los puntajes fueron los siguientes:

| PUNTAJE | TERMINACIONES RESISTENTES | COLORES VARIADOS | MATERIALES LIVIANOS | DISEÑOS ALTERNATIVOS | CAPAC. DE PROTECCIÓN | PRECIO | MARCA RECONOC. |
|---------------------------------------|---------------------------|------------------|---------------------|----------------------|----------------------|--------|----------------|
| C a n t i d a d d e s u r f i s t a s | | | | | | | |
| 5 | 150 | 0 | 29 | 31 | 150 | 138 | 0 |
| 4 | 0 | 116 | 121 | 115 | 0 | 12 | 0 |
| 3 | 0 | 34 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 70 |
| 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 |
| Total | 750 | 566 | 529 | 627 | 750 | 738 | 220 |

CALIFICACIÓN DE CARACTERÍSTICAS



RESULTADOS MÁS DESTACADOS DE LA INVESTIGACIÓN:



- Las fundas más vistas son las denominadas “fundas de viaje”.
- Existe una relación entre la edad y el tipo de funda utilizada, ya que el 90% de los surfistas entre 16 y 19 años de edad utilizan la funda común. En cambio los surfistas que oscilan entre los 20 y 28 años de edad utilizan la funda de viaje.
- Gran número de surfistas ha comprado su funda en el exterior, especialmente en Brasil. La razón principal de adquisición ha sido el precio.
- En general las personas que compraron en Brasil sus fundas lo hicieron en las fábricas, mientras que los lugares de adquisición más destacados de la Argentina fueron los surf shop y la 2da. Mano.
- La mayoría de los encuestados que afirmaron conocer los precios de fundas de MdP, opinaron que los mismos son de altos a muy altos.
- Con respecto a la conformidad de las fundas poseídas, la respuesta nula “ni sí ni no” fue la de preferencia.
- La calificación dada a los diferentes atributos fue bastante pareja, ya que a excepción del atributo “marca reconocida” todos estuvieron dentro del umbral de interés, es decir que no descendieron del puntaje tope: 450

Por lo tanto podemos afirmar:

Que las fundas de viaje son las más vistas.

Que los precios de la Argentina son bastante altos.

Que muchos los surfistas que han comprado en Brasil lo han hecho porque encontraron los precios más accesibles.

Que son muchos los surfistas que no manifiestan una total conformidad con su actual funda, por lo que podemos deducir que existe una necesidad a cubrir.

Que las principales reformas recomendadas por los surfistas están relacionadas con: costuras y materiales fuertes.

Que las características como precio, materiales, colores, diseño, protección, son muy importantes a la hora de fabricar fundas



OBSERVACIONES DE MERCADO Y ACCIONES RECOMENDADAS



La investigación realizada de acerca de las fundas presentes en el mercado nos ha dado la pauta de que no se evidencian diferencias sustanciosas en lo que a calidades y diseños respecta, es por esto que sabemos que en la actualidad ninguna de las fundas existentes tiene en cuenta aspectos como:

El valor de lo que una tabla significa

Los hábitos de los surfistas.



¿Cuál es el elemento más importante que un surfista puede tener para practicar su deporte?

Sin lugar a dudas: su tabla. Conocer lo que significa para el surfista tener una tabla impecable es una cuestión muy importante, si fabricar fundas para tablas es lo que queremos.

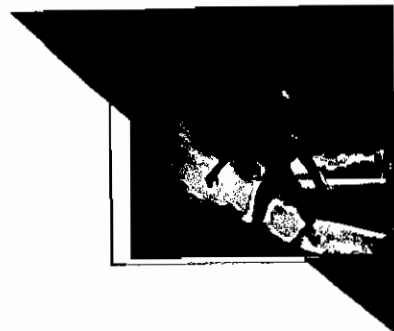
A simple vista podríamos decir que los materiales que componen las tablas son duros e irrompibles, pero en realidad deberíamos saber que son más frágiles de lo que creemos. Compuestas por espuma de poliuretano como material madre (un material mucho más fuerte que el telgopor), y plastificadas por una combinación de resina poliéster y tela de vidrio, las tablas son muy sensibles a los golpes y a los agentes externos.

Un golpe fuerte puede generar un agujero capaz de desencadenar filtraciones de agua y mayor inestabilidad. La exposición deliberada al sol además de quemar la tabla provoca que las capas superiores de ella comiencen a quebrarse, y de esta forma se origina el deterioro paulatino de la tabla.

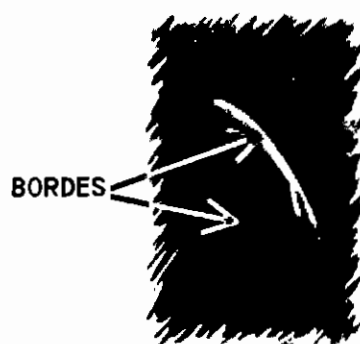
Protección es la clave, lograr una funda que proteja totalmente de las agresiones externas, de los golpes y malos tratos involuntarios.

Para esto solo basta con conocer algunos de los puntos críticos que componen una tabla:

quillas, cola, punta y bordes.



Vista de cara inferior de una tabla



Por esto proponemos fabricar una funda teniendo en cuenta éstas zonas críticas del elemento a proteger, materializándola de la siguiente forma:

- Incorporando a las fundas ya desde su fabricación, punteras de goma que permita resguardar de posibles golpes.
- Protegiendo los bordes y la cola con materiales en las costuras extremas que permitan el rebote absoluto de los golpes.
- Protegiendo la zona de las quillas con un material totalmente resistente que rechace todo tipo de encuentro con otros materiales macizos.

Además de esto se observaron algunos hábitos de los surfistas, como por ejemplo el tipo de movilidad utilizada para ir a surfear.

Existen cuatro formas de traslado hacia el lugar elegido dependiendo de las cercanías:

Caminando

Ómnibus

Bicicleta/Moto

Auto/Camioneta

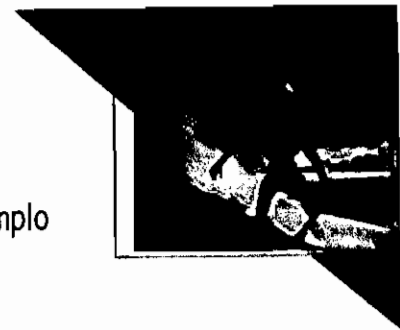
Cuando un surfista va caminando, en bicicleta o en moto pueden pasar dos cosas: cargar con su tabla bajo el brazo, colgar su tabla en su hombro a través de la cinta de agarre de su funda o por el contrario como tercera opción pero solo para los que poseen bicicleta o moto ser poseedores de un cómodo portatablas capaz de trasladarle la tabla sin necesidad de estar cargando con ella.

Si por el contrario el surfista tiene la posibilidad de trasladarse en auto, sólo existen dos opciones de traslado de su tabla:

- 1) Enganchándola a través de los tracks en la parte superior del auto/camioneta
- 2) Colocándola dentro del vehículo, de forma atravesada entre los asientos de adelante y atrás.
(forma un tanto incómoda para conducir)

La propuesta en este caso es presentar de una nueva modalidad de diseño teniendo en cuenta:

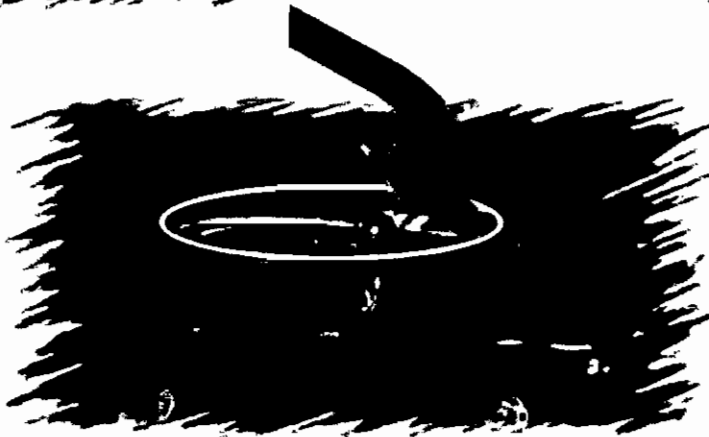
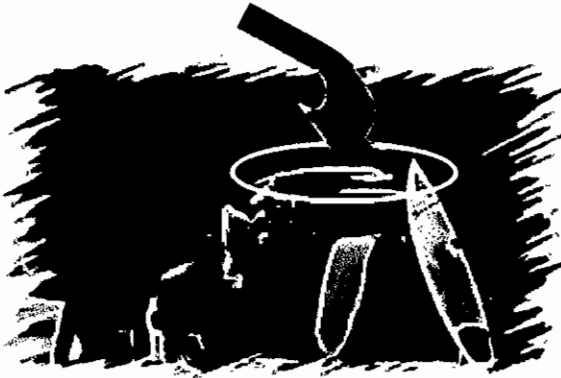
- a) La utilización de materiales que resguarden de los golpes, pero que a la vez sean más livianos y la distribución del peso a través de las cintas de agarre: de esta forma se lograría repartir de mejor forma el peso logrando un transporte más liviano.
- b) Los usos dados: diseñando una funda que no necesite de los tracks del auto para su transporte, sino que solo se valga de unas largas cintas con sus respectivos broches de cierre y quede sujeta al engancharse tras cerrar las puertas del vehículo. De esta forma la tabla podría seguir colocándose en la parte superior externa del vehículo



pero esta vez de una manera más simple.

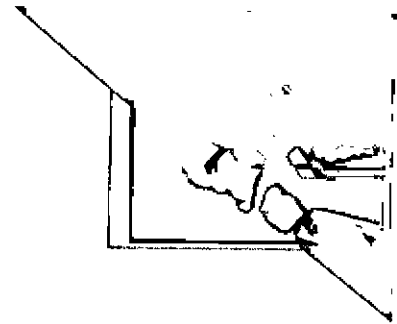
O quizá se podría diseñar una funda que contenga un sistema equivalente al de un portatabla para el transporte en motocicleta o en bicicleta.

C) Los hábitos: diseñando una funda con bolsillos acorde a las necesidades del surfista, teniendo en cuenta cuáles son los elementos que comunmente se llevan a la playa (lycra, neoprene, toalla, etc).



De esta forma generando nuevas opciones, se podría implementar una nueva marca con un alto valor agregado y una ventaja competitiva.

MERCADOS POTENCIALES:



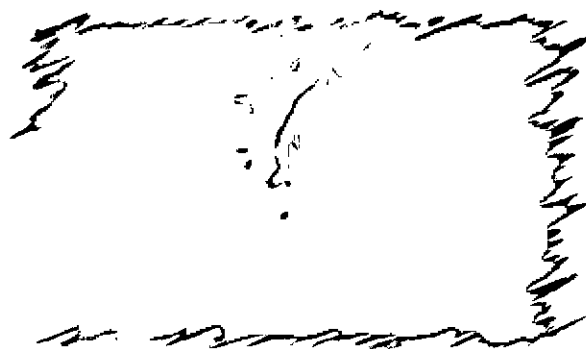
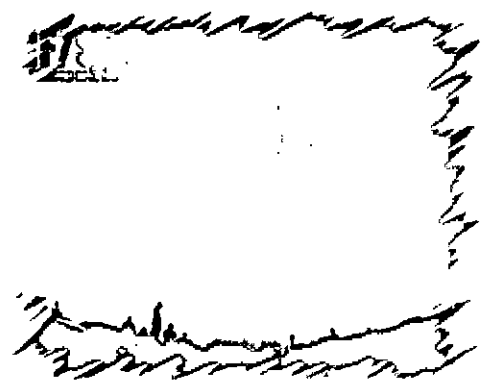
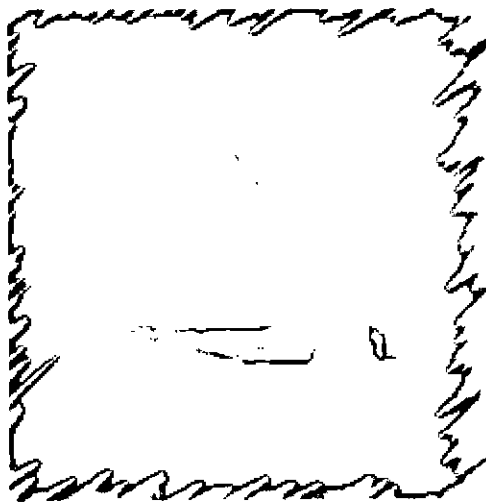
No es solo el surf quien está invadiendo la mente de las personas, hoy son la mayoría de los deportes extremos quienes están tomando un papel crucial.

En esta investigación hablamos de "fabricar fundas para tablas de surf", pero también podríamos hablar de "fabricar fundas".

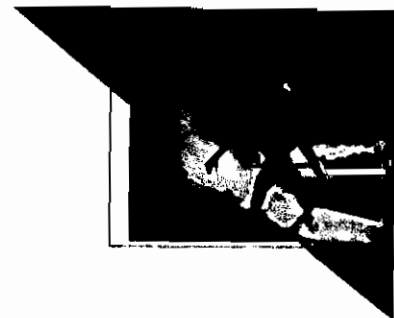
¿Y porqué no ampliar la línea de productos? Sería una buena opción aprovechar el conocimiento, la infraestructura y la materia prima disponible.

Son muchos los mercados que hoy podemos atender: skate, longskate, bodyboard, sunboard.

El reto está en saber verdaderamente que es lo que necesitan.



CONCLUSIONES:



El surf está creciendo a un ritmo acelerado, hablamos de un deporte en movimiento en el que cada día se suman más y más, apostar a ello es una buena opción, hoy solo hace falta un elemento básico: receptividad.

Esta investigación lo ha demostrado, no hay opciones, no hay colores, no hay diseño, no hay innovación, no hay sistemas de uso. Lo que se ve en el mercado es todo lo mismo, pero con diferentes nombres.

Solo hay que mirar para darse cuenta que se puede hacer. Los compradores están, las herramientas están, los materiales existen, solo hace falta encontrar una combinación capaz de hacer lo que verdaderamente sea útil y necesario.

