



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Embajada de Suiza

Cooperación Suiza en Bolivia



CURSO VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO

Guía de trabajo de la Unidad 4



swisscontact



Formación Técnica Profesional

Tema: Plan de mercadeo

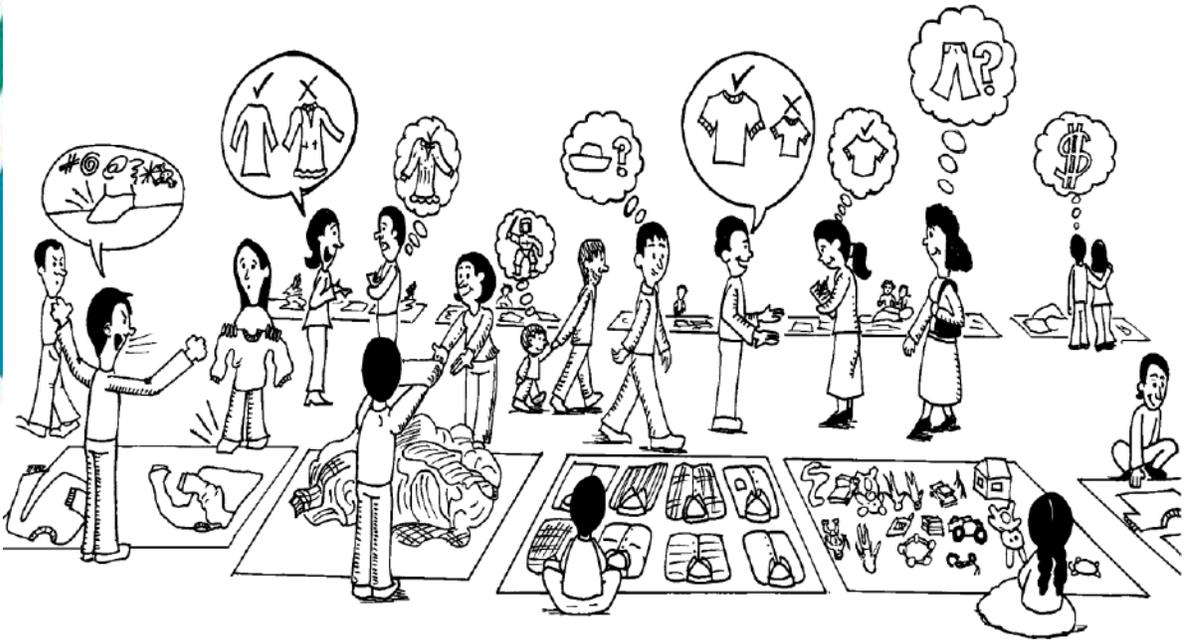
Para tener éxito, su negocio necesita clientes. Todas las personas que compran o podrían desear (clientes potenciales) comprar sus productos o servicios conforman su universo de mercado.

Fundamentalmente su negocio debe atraer la atención de las personas que necesitan o desean comprar sus productos o servicios. No olvide que existen otros negocios, parecidos a la suya, que tratan de vender productos o servicios similares a los suyos. Estos otros negocios son sus competidores.

De lo expuesto usted debe concluir que, antes de iniciar su propio negocio necesita conocer las características de sus clientes y competidores.

¿Qué es un mercado?

Un mercado es un espacio o lugar, donde se concentran compradores (demandantes), vendedores (oferentes), para la transacción de un producto o servicio.

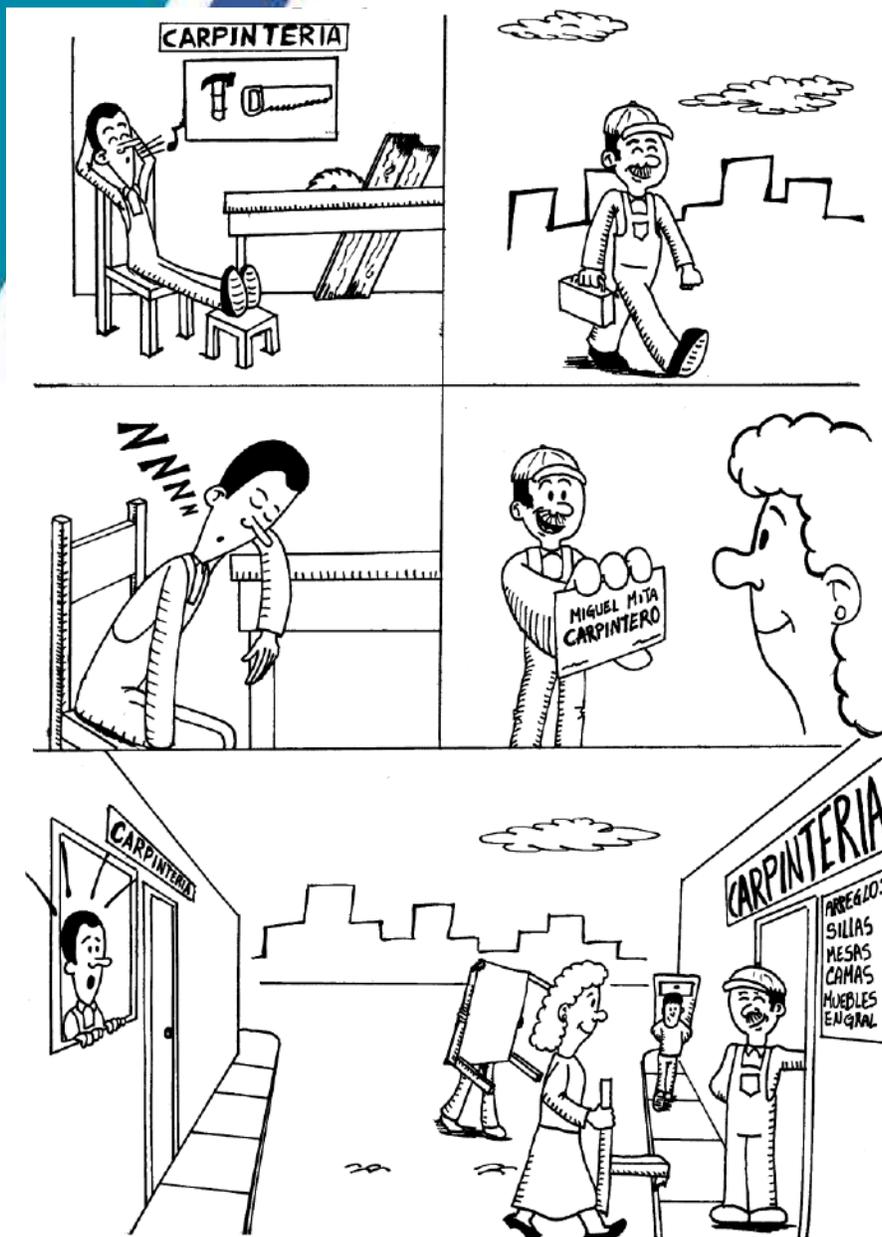


¿Qué es mercadeo?

Son todas las actividades que un empresario y/o empresaria llevan a cabo para vender un producto o servicio.

No es suficiente abrir un negocio y esperar a que los clientes lleguen por sí solos. Debemos buscarlos e inducirlos a que compren nuestro producto o servicio.

Observa el siguiente dibujo:



Debemos informar a nuestros clientes de los productos o servicios que ofrecemos

Perfil potencial de clientes (Demanda)

Los clientes son la razón de ser de su negocio, sin ellos no tendría ingresos. Porque ¿Quién compraría sus productos o servicios si no es el cliente?, por esa razón debemos proporcionar a los clientes lo que ellos desean, vender a precios que estén dispuestos a pagar, sobre todo darle un buen trato (buena atención al cliente). Los clientes satisfechos siempre regresaran a comprar a su negocio. Además un cliente satisfecho es una buena publicidad que le puede ayudar a vender más.

Recuerde que mayor cantidad de clientes satisfechos, mayor posibilidad de ventas, por lo tanto, mayores oportunidades de obtener utilidades (ganancias).



El obtener información acerca de sus clientes, es lo que se conoce como Investigación o Estudio de Mercado. La Investigación de Mercado, es muy importante si piensa en su propio negocio.

Existen muchas preguntas acerca de sus clientes, que deben ser contestadas para que usted pueda conocer más de ellos y definir el perfil de sus clientes. Para esto tome en cuenta los siguientes aspectos:

- Fíjese nuevamente en el sumario de ideas de negocio y piense en sus clientes. Y determine quienes serán sus clientes.
- Visite algunos negocios que vendan los mismos o similares productos o servicios que desea vender y observe la clase de cliente que tienen.
- Haga preguntas a los clientes y al propietario del negocio para obtener mayor información acerca de las necesidades de los clientes que usted desea tener para su negocio.

Si bien ha determinado el perfil de los clientes de una manera general en su idea de negocio, es importante, estar seguro que su producto o servicio va a satisfacer al cliente, para esto debemos investigar o hacer un sondeo de mercado, realizando algunas preguntas que le ayudarán a identificar la aceptación de su producto o servicio en el mercado.

PREGUNTAS GUÍA PARA REALIZAR UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Usted a partir de las siguientes preguntas puede elaborar un cuestionario que le ayude a conocer las necesidades y preferencias de los clientes.

- ¿Para comprar el producto o servicio “X”, el cliente toma muy en cuenta la calidad, el color, el tamaño, el empaque, la ubicación, la comodidad u otros?
- ¿Por qué compran los clientes el producto o servicio “X”?
- ¿Qué precios están dispuestos a pagar los clientes por el producto o servicio “X”?
- ¿El cliente se fija más en el producto o servicio o en el precio al que se vende el producto o servicio?
- ¿Con qué frecuencia (tiempo) el cliente compra el producto o servicio “X”?
- ¿Cuál es la cantidad del producto o servicio “X” que generalmente compran?
- ¿El producto o servicio es de uso importante y frecuente para los clientes?

¿Dónde acostumbran los clientes a comprar el producto o servicio?

¿Está buscando el cliente algo diferente del producto o servicio "X"? ¿Cuál será esa diferencia?

Estas preguntas solo podrán ser respondidas a través de un trabajo de campo, es decir; interrelacionarse con el cliente personalmente. Para esto debe elaborar un cuestionario con todas las preguntas guías planteadas anteriormente.

Entonces, realizar una Investigación de Mercado le dará en una mejor posición para decidir que tan buenas oportunidades tiene su Idea de Negocio o el negocio actual que se tiene. Y por medio de ella puede tomar diferentes posiciones y decisiones para iniciar un negocio o mejorar el negocio que ya se tiene.

¿Por qué buscar información en el mercado?

Porque el empresario o empresaria puede recoger información acerca de un mercado potencial para comprender y predecir mejor la conducta de los clientes, además encontrar oportunidades de negocio.



Es muy importante conocer las necesidades de los clientes...eso le ayudará a tener mejores oportunidades de negocio

También se puede apoyar en otras formas y medios para tener mayor información acerca de sus clientes potenciales, por ejemplo:

- ✓ Converse con todas las personas posibles que usted piensa que pueden comprar su producto o servicio, conozca los detalles que pueden hacer diferente a su negocio.
- ✓ Pregunte a las personas cuales son usualmente sus incomodidades o insatisfacciones que otros negocios le generan para no comprar el producto o servicio que ellos requieren. Y tome nota de lo que le digan.
- ✓ Pregunte, que se fijan más del producto o servicio: la calidad, el precio, el empaque, la ubicación, la comodidad u otros detalles que usted no esté tomando en cuenta. Y tome nota.
- ✓ Determine bien el área o lugar de acción, es decir, ubique bien el área de investigación de mercado para conocer las necesidades de sus clientes, esto le facilitará obtener mejores resultados y representará al universo de los clientes potenciales. Ejemplo. Si tengo un producto comestible (para comer) o de uso familiar, posiblemente la investigación la tenga que realizar en diferentes mercados de consumo masivo del producto, y no en un lugar de venta de artefactos o máquinas.
- ✓ Pregunte, que quisiera que el producto o servicio tenga y ahora no encuentra en el mercado.

Después de la investigación de mercado, podemos responder y obtener al Perfil ideal de nuestros clientes, usando el siguiente formato:

Cientes del Negocio:..... *“Tejidos La Alpaquita”*

Producto / Servicio o Serie de Productos **1**:.....***Chompas de lana de alpaca***.....

Características	Perfil
¿Quiénes serán sus clientes? Serán individuales, familiares, instituciones o negocios particulares.	<i>Serán particulares (compradores mayoristas).</i>
¿Qué edad tendrán sus clientes? Serán niños, jóvenes, adultos, ancianos.	<i>Serán jóvenes y adultos. De 18 a 30 años De 31 a 65</i>
Género (principalmente femenino, masculino o ambos)	<i>Indiferente (ambos)</i>
Ubicación (donde viven, trabajan, cerca o lejos)	<i>Viven en las ciudades de La Paz (Calle Sagárnaga), Cochabamba (Inmediaciones de la Terminal de buses) y Sucre (Centro de la ciudad)</i>
Niveles de Ingresos (alto, mediano, bajo)	<i>Nivel de ingreso medio y alto. Promedio entre Bs. 1500.- a 3500.- Bs. 3501.- a Más</i>
¿Cuándo comprarán este producto o servicio? (Diariamente, semanalmente, mensualmente una vez por año, en que época del año)	<i>Mayor cantidad en temporada de otoño e invierno. Entre los meses de Abril hasta Julio.</i>
¿Cuánto comprarán los clientes? ¿Grandes cantidades o un artículo regularmente?	<i>Se venderá al por mayor, en grandes cantidades. (Mis clientes lo venderán a los turistas o al exterior). Desde 120 unidades como mínimo.</i>
Futura dimensión del mercado ¿Aumentarán los clientes, disminuirán o permanecerán lo mismo en el futuro?	<i>El producto tiene buenas perspectivas futuras, ya que ahora la gente busca lo tradicional, con diseños exclusivos y diferentes.</i>
¿Por qué los clientes necesitan o compran este producto o servicio?	<i>Porque es un producto que utiliza materia prima cotizada en el mercado exterior.</i>

Cualidades requeridas por los clientes de mi producto o servicio (talla, color, precio, calidad, señas particulares, etc.)

Requieren que tenga buena calidad, tallas grandes y medianas, de distintos colores con un precio adecuado, con diseños diferentes y variados a los que ya existen en el mercado actual.

Muchas veces el perfil del cliente es diferente para cada uno de los productos o servicios que usted ofrecerá, por eso puede describir a los clientes para una serie de productos o para uno solo.

Perfil de los competidores (Oferta)

Probablemente tendrá que competir con otros negocios existentes que proveen productos o servicios iguales o similares. Estos negocios serán sus competidores.

Tome en cuenta que sus competidores son aquellos negocios similares a la suya. Ejemplo: tener productos parecidos, tener la misma capacidad de producción, el mismo segmento de clientes.

Aprenda de cada uno de sus competidores; cuanto mejor conozca a sus competidores mayor será su capacidad para que su negocio pueda tener éxito.

Use los siguientes criterios y formato para describir a los competidores de su negocio.

- Identifique 3 o más negocios existentes que serán competidores de su negocio.
- Visite las negocios y reúna información.
- Para cada uno de estos competidores responda brevemente a cada una de las características descritas en el formato.

Características del Competidor	COMPETIDORES		
	A	B	C
Nombre de la negocio o del dueño	<i>Negocio: "Tejidos Nacionales"</i>	<i>Negocio: "Familia Ibáñez"</i>	<i>Negocio: "Tejidos La Calidad Boliviana"</i>
Ubicación	<i>Ciudad de El Alto, Zona Villa Bolívar "D".</i>	<i>Ciudad de La Paz, Zona Villa Fátima.</i>	<i>Ciudad de El Alto Zona Villa Bolívar.</i>
Producto o Servicio que ofrece	<i>Chompas, chalinas y guantes de lana de alpaca.</i>	<i>Chompas de mujer</i>	<i>Chompas y accesorios varios</i>
Precio aproximado del producto o servicio que ofrece	<i>Bs. 80.- a 120.-</i>	<i>Bs. 80.- a 180.-</i>	<i>Bs. 65.- a 120.-</i>
Calidad del producto o servicios (material y/o técnicas utilizadas)	<i>Utiliza lana de alpaca de mediana calidad. Pero no tiene un buen terminado.</i>	<i>Utiliza lana de alpaca de alta calidad</i>	<i>Utiliza lana de alpaca de mediana calidad</i>
Cantidad aproximada que vende (al mes, semana o día)	<i>Vende de 200 a 250 unidades por semana</i>	<i>Vende de 150 a 250 unidades por semana</i>	<i>Vende de 60 a 100 unidades por semana</i>
Equipo o maquinaria que utiliza	<i>Utiliza máquinas manuales y realiza tejido a mano.</i>	<i>Utiliza 100% tejido a mano</i>	<i>Utiliza maquinas manuales y tejido a mano.</i>
Calidad del Personal / Remuneración	<i>Tiene varios empleados, les paga un porcentaje de acuerdo a la cantidad producida.</i>	<i>Tiene varios empleados. Paga en porcentaje por prenda.</i>	<i>Tiene 6 empleados.</i>

Distribución utilizada (tienda, puesto de venta u otros)	<i>Vende directamente a las tiendas artesanales. Lleva el producto hasta las tiendas de los clientes.</i>	<i>Vende directamente a las tiendas artesanales y realiza entregas a personas que exportan al exterior.</i>	<i>Tiendas de venta de artesanías.</i>
Dónde viven sus clientes	<i>Tiene un cliente del exterior y vende a las tiendas artesanales de las ciudades de La Paz y Sucre.</i>	<i>Tiene clientes del exterior y vende a las tiendas artesanales de la ciudad de La Paz.</i>	<i>Sus clientes son las tiendas artesanales de la ciudad de La Paz.</i>
Promoción / Publicidad empleada	<i>No utiliza ningún tipo de publicidad. Los contactos de venta son de persona a persona.</i>	<i>Sus productos tienen etiquetas con el nombre de la negocio y su logotipo.</i>	<i>Vende de forma personal.</i>
Calidad de servicio al cliente	<i>Tiene poca relación con los clientes, da poca información sobre su producto y no da opciones y oportunidades de escoger diseños.</i>	<i>Tiene una relación buena con sus clientes</i>	<i>No pude identificar</i>
Otras características (describa)	<i>Es un negocio mediano, tiene proveedores que le proporcionan materia prima a bajos precios.</i>	<i>Es un negocio mediano tiene buena calidad de materia prima y mano de obra.</i>	<i>Es un negocio mediano no tiene buena calidad de producto.</i>

Concluido el cuadro, se deberá analizar cuáles son las principales **Fortalezas** y **Debilidades** de los competidores y tomar decisiones adecuadas para el buen funcionamiento de su negocio.

Tomando en cuenta que **las Fortalezas** son aquellos aspectos positivos que le dan al negocio una ventaja competitiva sobre otros, por ejemplo, vender un producto de mejor calidad o tener un local que sea más accesible a sus clientes.

Las Debilidades son los aspectos negativos, por ejemplo, su negocio está ubicado lejos de los proveedores y tiene una pésima atención al cliente.

Importante...si observa que su idea de negocio tiene mucha competencia o no satisface las necesidades de los clientes, sería prudente que piense en otra y regrese al paso de idea de negocio, para que lo ayude a usted a encontrar otra oportunidad.

Plan de mercadeo – Producto

Ahora que cuenta con información real sobre sus clientes y competidores, puede usar ésta guía para preparar un Plan de Mercadeo.

Debe decidir que clase de productos o servicios ofrecer y también que calidad, color, tamaño, etc. Para negocios minoristas y mayoristas el producto significa mayor rendimiento de acuerdo a su variedad.



Su producto será una de las claves de éxito para su negocio

Use este formato para describir los productos o servicios que usted venderá.

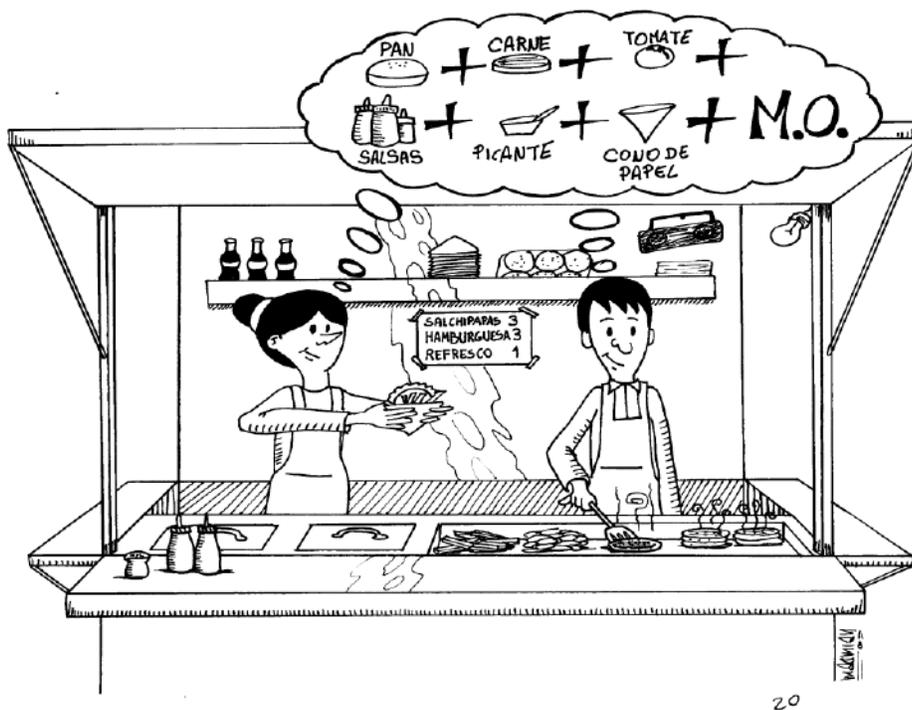
- Anote todos los productos o servicios que producirá o comercializará. El formato es para dos productos, si tiene más de 2, haga otro formato igual.
- Describa las características de cada producto o servicios.

	Productos/Servicios	
Características	1. Chompas para varón	2. Chompas para mujer
Color	<i>Diferentes colores</i>	<i>Diferentes colores</i>
Diseño	<i>Son de cuello "V" y "O", de un solo color.</i>	<i>Son con botones, tienen combinaciones de colores en los dibujos diseñados.</i>

Talla o tamaño	<i>Tallas: Extra grande (XXL1) Grande (XL) Mediano (M)</i>	<i>Tallas: Grande (XL) Mediano (M)</i>
Etiqueta	<i>Llevará etiquetas con recomendaciones de lavado y la talla.</i>	<i>Llevará etiquetas con recomendaciones de lavado y la talla.</i>
Tipo de Empaque	<i>Bolsa Nylon celofán</i>	<i>Bolsa Nylon celofán</i>
Forma de Distribución o de venta	<i>Entrega personal a los clientes mayoristas. Y se venderá en tiendas</i>	<i>Entrega personal a los clientes mayoristas. Y se venderá en tiendas</i>
Materia prima	<i>Lana de Alpaca</i>	<i>Lana de Alpaca</i>
Calidad del producto o servicio	<i>Buena, tendrá buen terminado</i>	<i>Buena, tendrá buen terminado</i>
Tipo de Atención al cliente	<i>Personalizado</i>	<i>Personalizado</i>

Plan de mercadeo – Precio

El precio significa cuánto va a cobrar a sus clientes por sus productos o servicios. También incluye los descuentos que otorgará y cualquier plazo de crédito que ofrecerá a sus clientes.



Determine un precio adecuado, justo y accesible, para que sus clientes se encuentren satisfechos

Para fijar sus precios, usted debe:

- ✓ Conocer sus costos.
- ✓ Conocer cuánto están dispuestos a pagar sus clientes.
- ✓ Conocer los precios de sus competidores.
- ✓ Conocer las estaciones de mayor consumo de los Productos/Servicios
- ✓ Conocer los precios de los proveedores.

Use este formato para describir los precios de los productos o servicios que su negocio va a vender.

- Anote todos los productos, servicios o serie de productos que venderá en su negocio, si tiene más de 2 productos, servicios o serie de productos, haga otro formato igual.

- Describa los detalles que son aplicables a cada producto, servicio o serie de productos. **Use la información que obtuvo para los perfiles de sus clientes y competidores.**
- En esta etapa usted sólo estará capacitado para estimar sus costos, más adelante usted aprenderá a calcular sus costos de tal manera que pueda fijar sus precios de venta con más precisión.

Detalle	Productos /Servicios	
	1. <i>Chompas para varón</i>	2. <i>Chompas para mujer</i>
Mis costos estimados por producto	<i>Bs. 50.-</i>	<i>Bs. 45.-</i>
Precio promedio de la competencia	<i>Bs. 60.-</i>	<i>Bs. 55.-</i>
Mi precio estimado	<i>Bs. 70.-</i>	<i>Bs. 65</i>
Razón para el precio establecido	<i>Son precios del mercado</i>	<i>Son precios del mercado</i>
Descuentos que les serán otorgados a los siguientes tipos de clientes	<i>No se darán descuentos al inicio</i>	<i>No se darán descuentos al inicio</i>
Razón para los descuentos	<i>Ninguno</i>	<i>Ninguno</i>
Crédito que les será otorgado a los siguientes tipos de clientes	<i>Se dará créditos a los clientes que tiene un recorrido de consumo frecuente</i>	<i>Se dará créditos a los clientes que tiene un recorrido de consumo frecuente</i>
Razón para el crédito	<i>Cientes conocidos</i>	<i>Cientes conocidos</i>

Plan de mercadeo – Plaza

Plaza se refiere al lugar dónde estará ubicado su negocio.



La ubicación de su negocio es muy importante, para que el producto o servicio este al alcance de los clientes potenciales

Debe realizar algunas actividades para determinar muy bien la ubicación de su negocio.

- Visite las negocios de la competencia, fíjese muy bien en su ubicación y métodos de distribución. Y piense en la ubicación estratégica de su negocio.
- Hable con sus clientes potenciales y sus proveedores. Para determinar cual es la comodidad de sus clientes y proveedores para entregar o vender los productos o servicios ofrecidos por su negocio.
- Obtenga información sobre los costos de compra o alquiler de locales, vehículos, etc.
- Finalmente decida cual ubicación y método de distribución (canales de distribución) serán apropiados para su negocio, vea el siguiente formato.

Para el llenado del siguiente formato, tomemos el ejemplo de la Negocio “Tejidos La Alpaquita”.

Características	Detalle
Donde se encuentra ubicada su negocio	<i>En la Ciudad de El Alto, zona Villa Ingenio.</i>
Razones por la que ubicó a su negocio en ese lugar	<i>Porque es mi casa propia, eso reduce mis costos en alquiler, tengo el espacio suficiente para realizar mi trabajo y además reduzco algunos otros gastos.</i>
Donde están ubicados sus clientes	<i>Están en diferentes lugares comerciales de las ciudades de La Paz, Cochabamba y Sucre.</i>
Donde están ubicados mis proveedores	<i>Están ubicados en la ciudad de La Paz, Oruro y Potosí.</i>

Método de distribución (canales de distribución). Marque lo que tenga relación con su idea de negocio.

Para hacer llegar sus productos o servicios a sus clientes usted debe:

- Vender directamente de su tienda/fábrica/almacén/oficina/casa.
- Vender a minoristas o mayoristas.
- Vender de puerta en puerta/a domicilio.
- Tomar pedidos por teléfono.
- Otros (describa).....

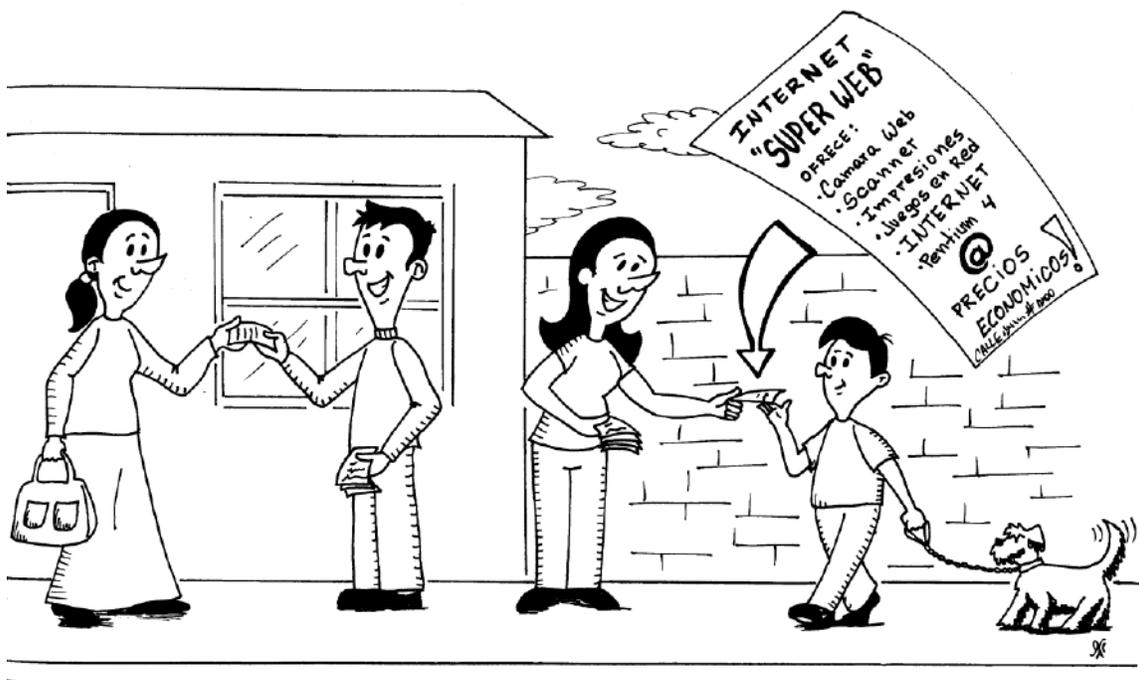
Debe tener y buscar buenas razones para escoger una forma de distribución (canal de distribución), porque éste debe ayudarle a llegar de mejor manera al cliente. Por ejemplo, estar lo más cerca posible del cliente, sea cómodo para el cliente llegar a comprar su

producto o servicio, reduzca costos, es decir, que sea una forma de distribución directa, masiva y de contacto con el cliente.

Plan de mercadeo – Promoción

Promoción significa informar y atraer a los clientes para que compren sus productos o servicios. Toda negocio debe darse a conocer y la promoción es una forma de lograrlo.

Dentro de la promoción podemos utilizar: Publicidad, Promoción de ventas y Herramientas de promoción.



La promoción es una forma de hacernos conocer con los clientes...le beneficiará...tómelo en cuenta

Publicidad:

- Anuncios pagados en medios de comunicación oral y escrito (radio, televisión, periódico, etc.)

Promoción de ventas:

- Puerta a puerta
- Demostraciones de productos
- Participación en ferias
- Descuentos (no debe ser más de 3 meses)

Herramientas de promoción:

- Tarjetas de presentación
- Trípticos o dípticos
- Volantes
- Afiches
- Letreros
- Promoción de boca a boca
- Catálogos

Debe realizar algunas actividades para determinar muy bien la promoción y publicidad que utilizará en su negocio.

- Visite a sus competidores y entérese de los planes de promoción que ellos emplean.
- Averigüe acerca de los costos de los diferentes tipos de promoción, tales como: publicidad en periódicos, letreros, póster, folletos, tarjetas de presentación, catálogos, etc.
- Lea y actualícese acerca de promoción de productos y decida sobre los métodos de promoción de ventas que usted puede usar en su negocio tales como: canjes, sorteos, etc.

Use el siguiente formato para describir las formas de promoción que utilizará en su negocio y que esté dispuesto a efectuarlos. Para el llenado tomemos el ejemplo de la negocio: “Tejidos La Alpaquita”.

Nº	Tipo de Promoción	Describa cómo la usará	Costo Aproximado
1	Participación en ferias	Participaré en ferias locales y departamentales, haré una exposición de mi producto para dar a conocer los diseños y materia prima que utilizo.	Bs. 50.- (mes) por concepto de transporte para averiguar las ferias que se llevaran a cabo en los diferentes departamentos del país.
2	Tarjetas de presentación	Mis tarjetas llevarán todos mis datos personales y la de mi negocio y repartiré personalmente a mis clientes potenciales y a mis proveedores.	Bs. 350.- Por concepto de pago de las tarjetas de 1000 unidades.
3	Volantes y Afiches	Mis volantes y afiches tendrán toda la información necesaria de mi negocio (dirección, teléfonos, y detallará los productos que ofrezco). Y los repartiré en las ferias donde participaré.	Bs. 1200.- Por concepto de pago de 500 unidades de volantes de una medida de 10x15cm. Y de 500 unidades de afiches de medidas 60x70.

Plan de mercadeo

Generalmente en un Plan de Mercadeo se presentan las 4Ps en forma de mezcla que equivale a consolidar todas las actividades que se realizarán para cada P.

El ejemplo a continuación es del negocio: “Tejidos La Alpaquita”

Actividades	Duración (tiempo)		Gasto Aproximado
	De:	A:	
1. Producto/Servicios - Buscar y comprar catálogos de moda y diseño.	11-02-2008	18-02-2008	<i>Bs. 150.-</i> <i>Por concepto de transporte y compra de los catálogos.</i>
2. Precio - Averiguar precios de la competencia o del mercado. - Averiguar y conocer proveedores de materia prima a buenos precios.	21-02-2008	02-03-2008	<i>Bs. 0.-</i> <i>(se realizará en las mismas fechas de la búsqueda y compra de materia prima)</i>
	11-02-2008	20-02-2008	<i>Bs. 50.-</i>
3. Plaza - Ubicar lugares donde se encuentran tiendas artesanales - Determinar la forma de distribuir los productos.	11-02-2008	20-02-2008	<i>Bs. 30.-</i> <i>Por concepto de transporte.</i>
4. Promoción - Elaboración de 1000 tarjetas personales y 500 afiches. - Visitar a tiendas artesanales para ofrecer las chompas	31-02-2008	04-03-2008	<i>Bs. 30.-</i>
	31-02-200	04-03-2008	<i>Bs. 0.-</i>