



# CURSO

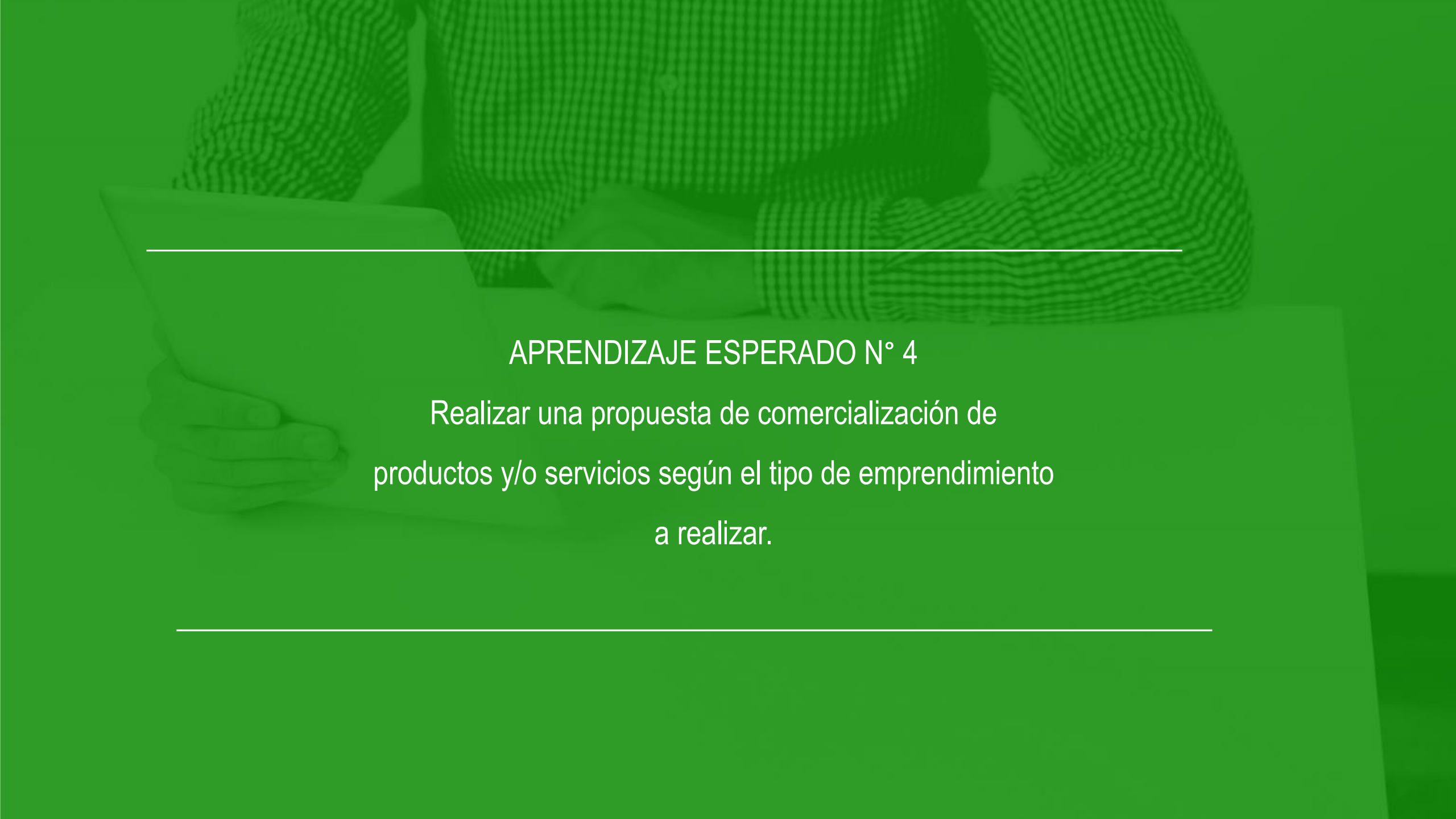
# FORMULACION DE PROYECTOS DE

---

# MICROEMPREDIMIENTO

---

DURACION : 70 horas



---

## APRENDIZAJE ESPERADO N° 4

Realizar una propuesta de comercialización de productos y/o servicios según el tipo de emprendimiento a realizar.

---

## PLAN DE MARKETING

### **CONCEPTO:**

Un plan de marketing es, precisamente, la planificación de las acciones de marketing de una empresa con el fin de lograr sus objetivos. La planificación puede enfocarse en la marca, en un producto específico o en un servicio que ofrece la compañía. Este plan guiará las acciones estratégicas del negocio.

Por lo tanto, el plan de marketing puede considerarse como una herramienta de gestión para que la empresa se mantenga competitiva en el mercado en el que se desarrolla, a través de estrategias eficaces de marketing.

### **Principales objetivos de la empresa para este año.**

Intenta establecer objetivos y metas realistas, así, tu empresa podrá crecer gradualmente y alcanzar los objetivos deseados.

Las acciones de marketing deben estar asociadas al conjunto de objetivos y metas, por lo que es importante tener total conocimiento del mercado para no realizar inversiones o acciones que no sean necesarias o que no estén de acuerdo con la realidad de la empresa.

# ¿Cómo elaborar un plan de marketing?

1

¿Qué debo saber?

Preguntas básicas

1. ¿Dónde nos encontramos en la actualidad?
2. ¿Dónde queremos estar?
3. ¿Cómo llegamos allí?

Características

- Claro
- Realista
- Práctico

Conceptos

1. ¿Qué es un plan de marketing?
2. ¿Por qué es conveniente hacer un plan de marketing?



¿Cómo lo hago?

2



Fases del plan

1era Fase  
Marketing analítico  
2da Fase  
Marketing estratégico  
3era Fase  
Marketing operativo

Partes del plan

1. Resumen ejecutivo
2. Análisis de la situación
3. Diagnóstico
4. Objetivos del plan
5. Estrategias de marketing
6. Implementación
7. Evaluación y control

Consejos finales

1. Tómate el tiempo necesario
2. Revisa varias veces
3. Debes ser creativo y emplear el sentido común
4. Actualiza tu plan
5. Comunica adecuadamente tu plan

3

## Marketing Integrado

### La Comunicación De Marketing Integrada.

Las campañas de marketing integrado combinan las herramientas y tácticas del marketing online y tradicional para conectar con los consumidores cruzando las plataformas. La meta de IMC es integrar el mensaje de la marca con los distintos canales e incrementar las ventas y la confianza de la marca obteniendo los beneficios esperados.

### Ejemplo de Marketing integrado y Comercialización de Coca Cola.

A través de medios o redes sociales: La empresa de bebidas, utiliza plataformas de medios de comunicación social como Twitter y Facebook para interactuar con sus clientes a fin de obtener información del mercado, lo que es importante para la toma de decisiones y la planificación estratégica. Porque en la estrategia de **posicionamiento de marca de Coca-Cola** no pueden faltar las redes sociales. ¿Qué sería de la marca si tener en cuenta la **estrategia de posicionamiento digital de Coca-Cola**?

### UN EJEMPLO MOTIVADOR A LA COMPRA.



Por ello, también utiliza estos periódicos y revistas en línea para promover la marca en la estrategia de posicionamiento de Coca-Cola en el ámbito de la publicidad y las Relaciones Públicas. Eso sí, hay que añadir que la estrategia de precios de la empresa. Como tal, fija el precio de sus productos ligeramente más bajo que el de los productos sustitutivos ofrecidos por sus principales competidores como Pepsi Inc.

Conclusión: En resumen el éxito de Coca-Cola se ha logrado mediante el desarrollo de publicidad y estrategias como estrategias de precios, Relaciones Públicas, de marketing online y también de ventas personales. Esto es Marketing Integrado.



## ELEMENTOS DEL MARKETING.

La **imagen corporativa** es el conjunto de elementos **que** identifica a tu marca o empresa y **que** generan una primera impresión al público objetivo.

*Un Ejemplo: APPLE y su LOGOTIPO.....*



Para crear una **IDENTIDAD CORPORATIVA** se debe tener en cuenta muchos factores: la **marca**, el **diseño de logotipo**, el **diseño web**, el **diseño gráfico publicitario**, entre otros.

## ELEMENTOS DEL MARKETING.

. **La imagen corporativa** de una empresa es su mayor representación. El éxito de su diseño consiste en crear una imagen, la cual genere en el público una apariencia positiva de la empresa, marca o producto. La imagen corporativa está dividida en diversos factores que están relacionados con la percepción de lo visual; colores, letras y logotipos.

**El logotipo:** es un símbolo que puede estar formado solo por imágenes, letras o ambas, y que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad. Debe ser simple, fácil de recordar y atemporal.

**El eslogan:** es un lema, entonces cuanto más pegadizo, fresco, creativo y diferenciador de la competencia, más ruido hará.

**Diseño Web:** debe contar con dominio propio y un diseño visual concreto que vaya acorde con la imagen de marca.





## ELEMENTOS DEL MARKETING.

Un **segmento de mercado** está formado por un grupo de consumidores que van a compartir una serie de necesidades comunes que los van a diferenciar de otros segmentos, como lo son Almacenes de barrio, farmacias, etc.

Entonces enfocados en estos grupos de personas con intereses en común, prepararemos acciones de marketing y comercialización más específicas. ¿Y como lo hacemos?....

➤ ¡Mostrando anuncios correctos a las personas correctas!

La **publicidad** es una de las primeras **herramientas de marketing** a la que una PYME acude para posicionar su negocio, ofertar y vender su producto o servicio.

➤ La buena publicidad te ayuda a darte a conocer entre el público que aún no sabe de ti, y a los que ya te conocen, ayuda a incrementar su confianza en tu negocio. **Pero no cierra ventas por sí sola.**

➤ **¿Cuándo puede vender inmediatamente la publicidad?**

Esto sucede cuando te diriges a clientes que ya te conocen y confían en tu producto y sólo necesitan una “razón” para volver a ti, como **una promoción, nuevos productos, ofertas**, etc.

- Pero esto se da con **clientes**, repito, convencidos de tu empresa, aquellos que ya están comprando en su negocio, o son usuarios del mismo.

## ELEMENTOS DEL MARKETING.

**Selección De Medios adecuados.** El mejor medio publicitario no es el que más te gusta o el más barato, es aquel que tu clientela usa para informarse sobre tu producto/servicio en específico. Cuida mucho que esta selección sea de lo más objetiva posible y que se haga a partir de tu conocimiento profundo del cliente.

### ¿Qué medios puedo elegir?

- Los medios a usar dependerán de tu mercado, tu estrategia, objetivos y del propio giro de tu empresa.
- Lo primero que se debe es evaluar en orden de importancia para tu negocio el medio seleccionado: radio, cartel, prensa, TV, adwords de Internet, folletos, WhatsApp, Facebook, visitas personalizadas, etc.
- Una vez que los tengas en orden, considera el costo, el tiempo, la dedicación y la forma de hacer llegar la oferta, promoción, etc., a tu cliente. Puede elegir el que presente los mejores resultados para tu negocio.

## ELEMENTOS DEL MARKETING.

**Herramientas Promocionales:** vamos a ver cuatro estrategias de promoción con todas sus variantes: promociones de precio, de regalo, promociones personales y por último lo que se conoce como couponing (cupones).

### **Tipos de promoción al consumidor**

Las promociones de precio y descuentos son **de las más elegidas en las Pymes**. Coloquialmente se les llama «ofertas». Dentro de este tipo de promoción hay cinco tipos:

**Precios de lanzamiento:** La promoción de precio por lanzamiento es cuando se anuncia un precio especial por el lanzamiento de un producto.

Veamos el siguiente grafico, con las 4 estrategias de promoción más utilizadas en el comercio.

## ELEMENTOS DEL MARKETING.

- Precios de lanzamiento u Precio Oferta. Ejemplo en supermercados precio promoción, ofertas de reembolso, ejemplo pack de bebidas, pack de art. De aseo. "Lleve 2 pague 1"

1. Promociones de Precio y descuento

- Regalo de producto gratuito por la compra de otro, ejemplo una revista más una mini agenda de regalo.

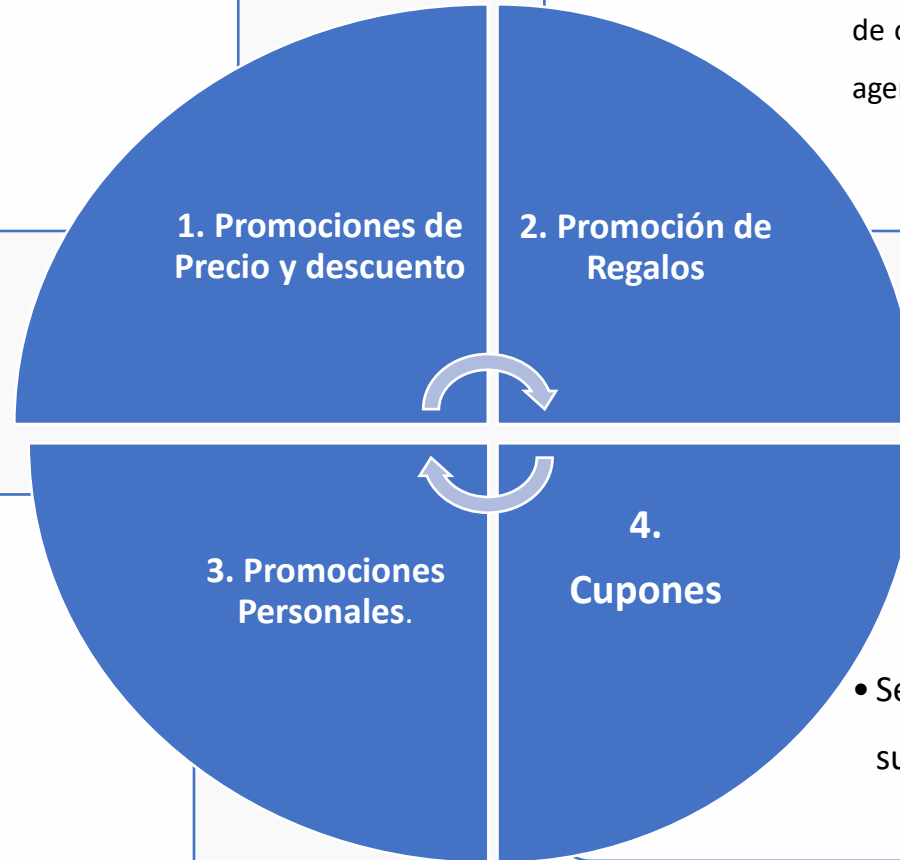
2. Promoción de Regalos

- Demostraciones, muestras gratis de perfumes, degustaciones (por pandemia se eliminaron).

3. Promociones Personales.

4. Cupones

- Se entregan para futuros descuentos, suma de puntos o canje.



## ELEMENTOS DEL MARKETING.

### GESTION CON EL CLIENTE.

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing.

### ELEMENTOS DEL SERVICIO AL CLIENTE

- Contacto cara a cara
- Relación con el cliente
- Correspondencia
- Reclamos y cumplidos
- Instalaciones



## ELEMENTOS DEL MARKETING.

### ¿Por qué las Relaciones Públicas son un eje central en la experiencia del cliente?

- ❖ No hay mejor marketing que un cliente satisfecho. Y no hay mejor manera de satisfacerlo que brindarle una experiencia única.
- ❖ Las marcas, entonces, deben generar estrategias ganadoras. Para ello necesitan que las Relaciones Públicas formen parte fundamental de ellas.

¿Por qué? Porque de esta manera muy difícilmente entreguen experiencias negativas a sus clientes.

Adicionalmente, si algo falla en esta experiencia, tanto sea con un producto, con un servicio o con otras cuestiones corporativas, quien responde por los fallos y vuelve a poner la marca de pie, siempre son los responsables de sus comunicaciones.

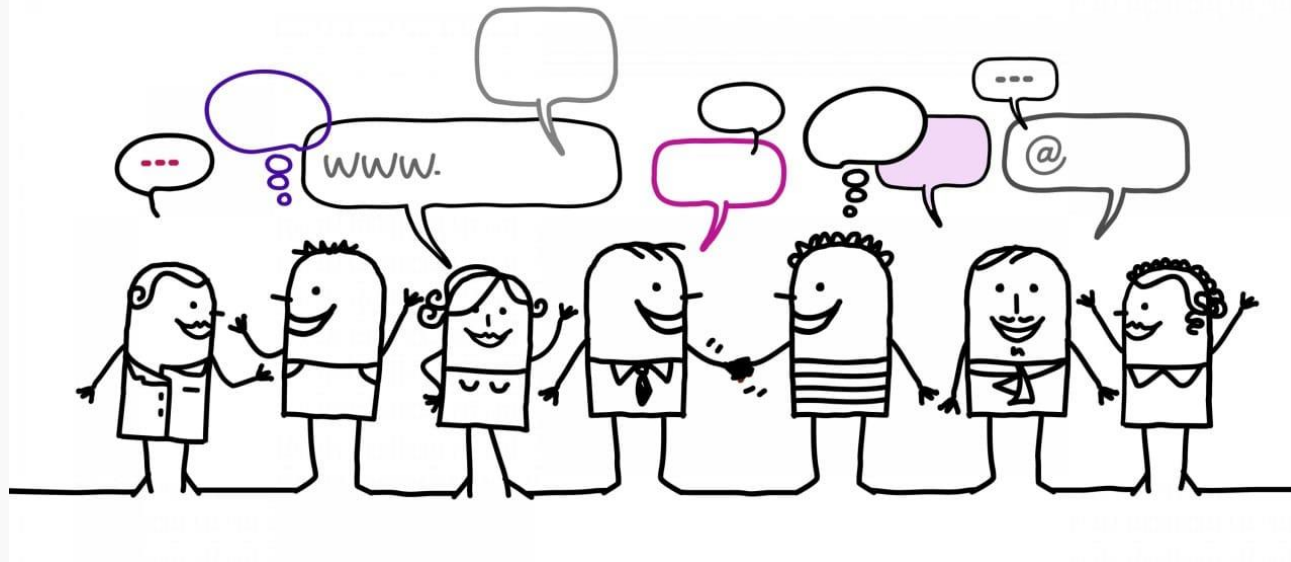
Al fin y al cabo, una marca no es más que lo que su público piense y sienta sobre ella. Por lo tanto, aquellas que sepan desarrollar estrategias comunicacionales sólidas, serán capaces de construir una relación positiva y diferencial con sus clientes.

**OJO** que las experiencias del cliente pueden pasar de positivas a negativas en un chasquido de dedos. A veces por fallos internos y otras por problemas externos

## ELEMENTOS DEL MARKETING.

### Experiencia del Cliente y Relaciones públicas: ¿No son la misma cosa?

Las **relaciones públicas** constituyen un conjunto de estrategias de distinto tipo. Su objetivo es promocionar, vender, impulsar o dar a conocer sus productos/servicios o su negocio a la clientela y al público en general, de una manera planificada.



Efectivamente, existe una conexión de las relaciones públicas en la atención al cliente, cuando hablamos de ***“las relaciones con clientes actuales y futuros”***, y trabajamos para construir relaciones de largo plazo y es ahí donde se conjuga el ***servicio al cliente*** y las ***Relaciones Públicas***.

## ELEMENTOS DEL MARKETING.

### ¿Qué aportan las relaciones públicas en la atención al cliente?

#### 1.- Ayuda en la imagen de la empresa:

La imagen de una empresa, es como la perciben sus clientes y futuros clientes, por eso es importante que el área de servicio al cliente, atienda cuidadosamente:

- a). – La forma de contestar el teléfono.
- b). – La forma de responder un correo, con las palabras adecuadas, recuerda que no es lo mismo hablar, que escribir.
- c). – El tiempo en contestar el correo del cliente, en caso de alguna duda o pregunta.
- d). – Tratar a los clientes con cortesía.
- e). – Un saludo al iniciar la conversación y la despedida al final, ya sea una atención telefónica o personal.
- f). – Atender con una sonrisa, genera lazos de confianza, ya sea vía telefónica o atención personal.
- g). – Atender la comunicación no verbal.





# PUBLICIDAD

## ¿Qué es la publicidad?

Es una herramienta de marketing que tiene como objetivo la venta de productos o servicios a través de la divulgación de información positiva. Atrae y da a conocer una marca a sus consumidores por medio de diferentes canales.



## ¿Qué Es Una Estrategia Publicitaria?

Es la acción por parte de una empresa que busca llevar un producto o servicio a los consumidores. El objetivo es posicionar una marca a través de diferentes canales.

Es importante hacer énfasis en que la **publicidad** y la **promoción** son conceptos que trabajan de la mano y buscan el mismo objetivo (vender), pero no son lo mismo. Mientras el primero da a conocer una marca, el segundo busca atraer a las personas a que la adquieran.

## Los 4 tipos de estrategias de publicidad

**1. PUBLICIDAD DE CONTENIDO:** La **publicidad** por **contenidos** o por referencia entiende que el publico no busca comprar en todo momento e intenta establecer relaciones de confianza con los usuarios y mantenerse en constante interacción para estar ahí cerca del usuario para cuando necesite comprar o recomendar los servicios.

**2. PUBLICIDAD INFORMATIVA:** Se centra en mostrar tu marca a los usuarios y en el valor que les brindará a su vida adquirir algo de ella. Se utiliza en productos o servicios de inversión, pues la intención principal es hacerle ver al cliente potencial que su inversión será redituable.

### **3. PUBLICIDAD COMPARATIVA**

Tal como lo dice el concepto, esta estrategia de publicidad se centra en comparar tu marca con tus competidores. La idea es reforzar las características que te dan mayor valor sobre ellos y mostrarles a los consumidores que tú les brindas más beneficios.

### **4. CONTENIDO EMOTIVO**

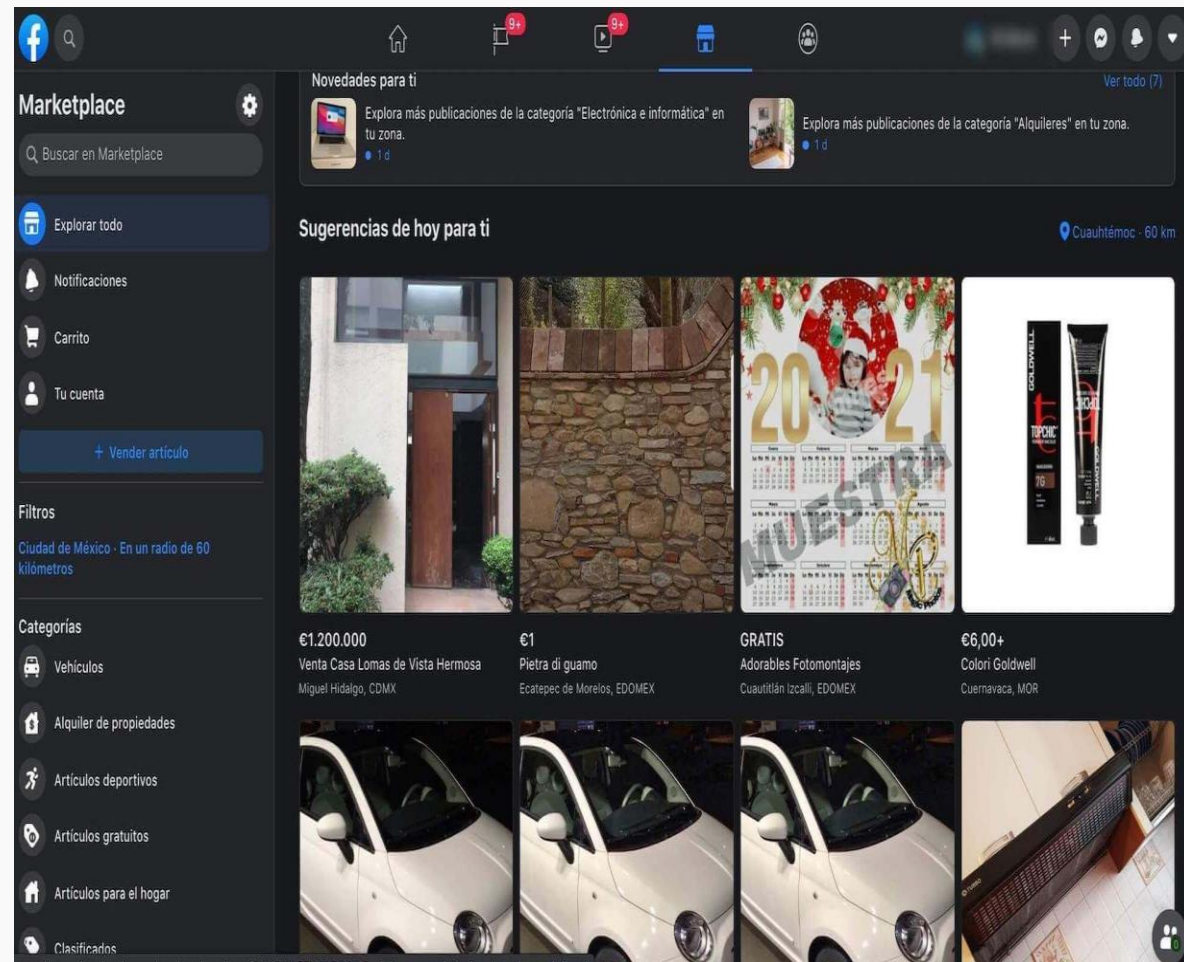
Es de las estrategias más utilizadas. Tiene como objetivo dirigirse a los usuarios con un énfasis en las emociones de las personas que verán el anuncio. Con este tipo de estrategia publicitaria se tiene la oportunidad de crear conciencia, hacer reír a los espectadores y recordarles momentos de felicidad a través de la marca.

## OTRAS FORMAS DE PUBLICIDAD MAS EFECTIVA, PARA BIEN O PARA MAL.

DE CONSUMIDOR A CONSUMIDOR.  
Es lo que se conoce como el “boca a Boca” y se da entre la propia clientela o usuarios.

Ejemplo: Marketplace de Facebook es el portal de comercio de Face y está disponible para toda la red social y permite que las personas y pequeñas empresas vendan sus productos o servicios sin intermediarios para hacer crecer su negocio.

Las condiciones del servicio del Marketplace de Facebook son muy claras y cualquier usuario puede acceder al portal para vender o comprar algún producto o servicio.





# MERCHANDISING O COMERCIALIZACION

## ¿Qué es el Merchandising?

- Es la parte del Marketing que estimulan la compra en el punto de venta.
- Merchandising vocablo ingles, que significa Comercialización.
- La tarea de hacer Merchandising es colocar, apoyar, monitorear y actualizar los productos, su exhibición y la publicidad que los acompaña.
- Las principales funciones del Merchandising: ... Llamar la atención hacia el producto y destacarlo entre los grupos de productos similares de los competidores.



Las estrategias de ventas son aquellas que se ofrecen a los consumidores algún incentivo **que** los motive a la compra de un producto o servicio, esto se realiza por medio de diversos **medios** con la finalidad de incrementar las ventas y aumentar el tamaño de los mercados.

Beneficios:

- Ayuda a aumentar las ventas de un producto.
- Crea la confiabilidad en el cliente.





## **Beneficios de la Promoción de medios**

- Ayuda a aumentar las ventas de un producto.
- Crea lealtad por parte del consumidor.
- Sirve para el lanzamiento de un nuevo producto o de una nueva línea de productos.

## LA OFERTA ESPECIAL

Ofrece un porcentaje de descuento a los consumidores para que estos adquieran los productos que se le están ofreciendo, estas suelen ser ofrecidas por un periodo determinado.





## Los premios, concursos y regalos

Son promociones especiales que se les dan a los consumidores de cierta marca; para obtener un premio, realizando alguna actividad, esto trae como ventaja que los consumidores se sientan especiales y que son tomados en cuenta como personas únicas por parte de la marca





## Los sorteos o rifas

Son parecidos a los concursos salvo que en estos el consumidor no tiene que hacer ningún esfuerzo, el que gane o pierda es cuestión de suerte.



## Promoción cruzada

Esta puede darse de una vía en la que solo un producto promociona a otro y de dos vías en las que ambos productos se promocionan de manera equitativa.



## Exhibiciones en el punto de venta

Hoy la exhibición busca ser todo un programa de comunicación visual, funcional y emocional de un producto en el punto de venta, hoy la exhibición busca ser todo un programa de comunicación visual, funcional y emocional de un producto en el punto de venta





## Las muestras

Consisten en pequeñas porciones de un producto con las cuales los consumidores pueden conocer de manera tangible las cualidades y eficiencia de determinado producto.



## DISTRIBUCION COMERCIAL

La **distribución comercial** es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo y su misión es poner el producto a disposición del cliente, en la cantidad, momento y lugar adecuados.

¿Cuál es la importancia de los canales de distribución?

La **importancia** de los **canales de distribución** radica principalmente en que a través de un tercero es posible que el producto llegue a un mayor número de consumidores, y por lo tanto que crezcan las ventas del mismo.

Ejemplo sencillo: Los Deliverys.

A través de los canales de distribución una empresa productora alcanza objetivos importantes: ubicar su mercancía en el lugar adecuado, para el alcance del consumidor, en el menor tiempo posible.



## Tipo de Emprendimiento: EMPRENDIMIENTO DE TRANSFORMACIÓN.

**COSTOS DE DISTRIBUCIÓN.** Son aquellos gastos que incurren dentro del proceso de venta, los cuales permiten entregar un producto o servicio desde el lugar donde fue producido hasta el cliente final y es que seguramente conoces los costos de **transporte**, pues son los más comunes.

Es normal que el remitente sea el [distribuidor](#) y este último le vende a los locales **minoristas** para que así llegue al usuario final. Pues bien, todos los costos de distribución que están en medio de este proceso forman parte del precio final.

*Expresado en US\$ Dólares*

|                               |                  |               |
|-------------------------------|------------------|---------------|
| <b>VENTAS</b>                 | <b>6,183,330</b> |               |
| <b>DESCUENTO COMERCIAL</b>    | <b>-619,136</b>  | <b>10.01%</b> |
| <b>VENTA NETA</b>             | <b>5,564,194</b> |               |
| <b>COSTO PRODUCCION</b>       | <b>3,968,533</b> |               |
| <b>MARGEN BRUTO</b>           | <b>1,595,661</b> |               |
|                               |                  |               |
| <b>Gastos de Distribucion</b> | <b>259,922</b>   | <b>4.20%</b>  |
| <b>Gastos de Ventas</b>       | <b>247,164</b>   | <b>4.00%</b>  |
| <b>Gastos Adminitrativos</b>  | <b>151,249</b>   |               |
| <b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>    | <b>658,335</b>   |               |
|                               |                  |               |
| <b>UTILIDAD OPERATIVA</b>     | <b>937,326</b>   | <b>15.16%</b> |



### Tipo de Emprendimiento: EMPRENDIMIENTO DE TRANSFORMACIÓN.

En algunas ocasiones, los costos de distribución son pocos o casi inexistentes puesto que los fabricantes son los vendedores directos de la mercancía. Sin embargo, en la mayoría de los casos es necesario pagar uno o varios fletes, por lo que además de saber **qué son los costos de distribución**, deberás conocer qué tipos existen.

Tipo de Emprendimiento: EMPRENDIMIENTO DE TRANSFORMACIÓN.

## **Tipos de costos de distribución**

### **Gastos de venta directa**

Son gastos principales que aparecen cuando se vende un **producto** al cliente en una venta directa, que vendría siendo un **costo unitario**. Por lo general, estas ventas directas aparecen cuando los fabricantes o mayoristas quieren expandirse en otras regiones. Un ejemplo de estos pueden ser los viajes de vendedores.

### **Gastos de publicidad**

Si no das a conocer tu negocio utilizando el marketing y la mercadotecnia, nunca conseguirás ventas. Los gastos de publicidad se refieren a los anuncios en periódicos, en un **canal** de TV y otros medios locales. Algunos de ellos son: vallas publicitarias, promociones de ventas en redes sociales, marcas en las tiendas, entre otros.

### **Gastos de publicidad**

Si no das a conocer tu negocio utilizando el marketing y la mercadotecnia, nunca conseguirás ventas. Los gastos de publicidad se refieren a los anuncios en periódicos, en un **canal** de TV y otros medios locales. Algunos de ellos son: vallas publicitarias, promociones de ventas en redes sociales, marcas en las tiendas, entre otros.

### **Estudio de mercado**

Si hablamos de lo **que son los costos de distribución**, no podemos dejar de lado la importancia de este punto, el cual se usa para analizar el impacto de los productos y servicios, los competidores, los **costos de logística**, entre otros, para tener una meta más clara y saber cuáles estrategias usar. Para ello se realizan pruebas, test A/B, encuestas, entre otros.

### **Almacenamiento, manipulación y envío**

Si la empresa se esté expandiendo, necesitará más espacio de almacén, además de personas que manipulen los productos correctamente y por supuesto, se requiere un traslado, por lo que el transporte será necesario. En los tres casos, los precios finales incluyen estos costos.



¡SUERTE!

SHIFT  
DISRUPTIVE EARNING