

FACTORÍAS DEL CONOCIMIENTO

Plan de Marketing

Empresa: Creación de productos innovadores

Las Limas-Cantagallo-Condega



Plan de acción de marketing

Objetivo	Estrategia	Táctica	KPI
Introducirse en el mercado.		Ajuste de precios y/o adecuación del mejor precio tanto para el negocio como para los consumidores.	Aumento en el volumen de ventas.
Fidelizar a la clientela.	Promoción.	Creación de viñetas radiales.	Número de personas que asisten al local motivadas por la viñeta radial.
Ampliar la cartera de clientes y de contactos clave.	Estrategia de crecimiento.	Ampliación o modificación de las líneas de productos.	Mayor cobertura de mercado.

1. Escriba en el siguiente cuadro ¿Qué obstáculo tiene usted para impulsar una empresa?

- Abandonar el empleo actual, transformar el estilo de vida.
- Poco capital.
- Tomar decisiones importantes.
- Planificar.
- Organizar las ideas y al equipo.
- Otro.

¿Por qué?

Cronograma de actividades.

Actividades / Semanas	1	2	3	4	Costo de la actividad.

Segmentación de mercado.

Geográficas: Tiene en cuenta las variables de los países, regiones, clima y gran daría de las poblaciones.

Demográficas: Se tiene en cuenta la edad, genero, tamaño de familia, ingresos, ocupación, educación, religión, etc.

Psicográficas: Se tiene en cuenta la clase social, estilo de vida y la personalidad.

De comportamiento: Se tiene en cuenta el momento de uso, beneficios, estatus y la actitud hacia el producto.

Muebles rústicos

Hombres y mujeres con casa propia, con ingresos estables, de 25 a 50 años de edad, personas con gustos no muy sofisticados, interesados en la decoración exterior en general de su vivienda.

Vivero de plantas ornamentales, frutales y forestales.

Población en general, hombres y mujeres amas de casa y profesionales, con edades de entre 15 a 70 años, de igual forma productores e instituciones. Con intereses en común que se interesen por la decoración interior y/o exterior ya sea de sus hogares o de su oficina, amantes del paisajismo, personas naturalistas, preocupadas por el medio ambiente, de igual manera personas interesadas en la adquisición de estas plantas con fines de lucro.

Bisutería

Mujeres, de 15 a 50 años de edad, ingresos económicos y educación indistinta, mujeres que se preocupan por su aspecto físico y que les gusta acicalarse.

Artesanías, pintura, dibujo.

4 P's

Descripción del Producto

La idea principal es la creación de una tienda de innovación artesanal; Los productos que se pretenden ofertar en dicha tienda son: Bisutería, muebles rústicos y la creación de un vivero. Esta idea nace con el objetivo de satisfacer diferentes necesidades que fueron identificados en el mercado meta, de igual forma se hizo pensando en el aprovechamiento de los recursos existentes en la zona.

Los productos de bisutería serán hechos a mano, productos personalizados a gusto del cliente, este podrá diseñar sus prendas según el color, tamaño y material que prefiera. De igual manera los muebles rústicos podrán ser diseñados por los propios clientes, hechos a la medida que desee con la mejor calidad en materia prima.

Por otra parte el vivero ofertara principalmente plantas ornamentales, frutales y forestales.

Para los productos de bisutería se utilizara un empaque sencillo pero atractivo, bolsitas decoradas con el logo de la marca. Por otra parte los muebles serán entregados a domicilio utilizando un medio de transporte propio y de igual manera el cliente podrá retirar sus muebles en la tienda según lo prefiera, en los muebles será tallada en pequeño el logo de la marca y por último las plantas del vivero serán sembradas en macetas y en bolsas y de esta manera el cliente podrá elegir el material que desee en cuanto a la necesidad que tengan según la vayan a trasplantar o a conservarla tal y como la adquirieron, de igual manera se tomara en cuenta las particularidades de cada planta. El dichas macetas y bolsas será visible el logo de la marca.

También se tratara de realizar una medición de satisfacción que permita mejorar en aspectos claves donde el cliente haya visto déficit y se indagara en si consideran que los proveedores son los adecuados y si brindan la calidad que merecen todo esto con el objetivo de mejorar los productos ofrecidos tratando de brindar los mayores estándares de calidad a la clientela, es decir que se brindara un servicio post venta.

Plaza

Este negocio estará ubicado en la comunidad Las Limas, en el municipio de Condega, Departamento Estelí, se eligió este lugar dado que es el lugar donde viven los emprendedores y porque es el lugar donde fueron identificadas las necesidades; No obstante, pese a que la tienda estará ubicada en este lugar es probable que los productos sean comercializados en todo el departamento de Estelí, brindando cobertura en esta zona norte.

Para el establecimiento se tomara en cuenta técnicas de merchandising que ayuden a que los clientes se sientan atraídos y a la vez poder brindarle a la clientela las mejores condiciones posibles.



Precio

Costo A	Precio	Costo B	Precio
Proveedores materia prima.	0000	Al costo total de la sumatoria de costo de materia prima y costo de admón., se le saca el 30% que es lo que va a representar la utilidad o las ganancias de los productos. (puede ser un porcentaje más alto o bajo según la utilidad que el empresario desee en medida justa para el cliente y para él)	0000
Total	0000		0000
Costos de Admón.	0000	Se suma el costo total de la sumatoria entre costos de admón y costos de materia prima y el porcentaje extraído del mismo y eso dará como resultado el precio del producto.	0000
Total	0000	Precio total	0000
Total costo de materia prima más costos de admón.	0000		

Esto se hace en base a los productos que quiera producir, es decir, si quiere producir 20 unidades mobiliarias al mes deberá sacar los costos de materia prima que necesitara para elaborar esos 20 muebles y de igual forma los costos de admón deben ser adecuados al tiempo en que se pretende producir, al final de haber sacado la sumatoria total con la utilidad que se quiere adquirir la cantidad deberá ser dividida entre los 20 muebles para sacar el precio de cada uno. Y de igual forma esto puede hacerse para productos por unidad, por ejemplo quiere se quiere hacer una cama entonces deberá sacarse el costo de la materia prima para producir esa cama y los costos de admón en el periodo de tiempo que le tomo hacer la cama que puede ser alrededor de 3 días y de igual manera adherirle la utilidad que quiere sacarle al producto.

Promoción

Como medio de promoción se utilizara principalmente los volantes con el objetivo de informar a las personas de la tienda y los productos disponibles para poder crear demanda primaria.

El mensaje que será brindada al público es la información básica del negocio, expresar a que se dedica, donde está ubicada la tienda y como los pueden contactar, los beneficios de adquirir los productos y una breve descripción de los mismos, entre otros.

De igual manera otra opción válida es utilizar medios digitales dado que están disponibles 24 horas al día, sin barreras geográficas y con un coste muy reducido y es por ello que será beneficioso crear cuentas en las redes sociales, las cuales permitirán brindar una mayor cobertura de los clientes, dado que en la actualidad la tecnología se ha convertido en el principal medio de comunicación esto permitirá ponerse a la vanguardia de la era y poder estar más cerca de los clientes, también este tipo de medios permite interactuar de manera directa con los usuarios y de esta manera poder conocer sus opiniones y poner darles la información necesaria sobre el negocio. A través de las alianzas clave con entidades que faciliten la participación en ferias para poder darse a conocer en el sector, también aprovechar a los clientes satisfechos con los productos para que puedan recomendarlos y así poder tener una buena reputación.

Lienzo de Modelo de Negocio.

<p>Socios clave.</p> <p>Proveedores, entidades como MEFFCA que ayuden a impulsar la empresa permitiéndole participar en ferias para darse a conocer</p>	<p>Actividades clave.</p> <p>Ventas, atención al cliente, producción y promoción.</p>	<p>Propuesta de valor.</p> <p>Personalización de los productos.</p> <p>Diseños creativos y novedosos en muebles y</p>	<p>Relación con los clientes.</p> <p>Asistencia personal al cliente.</p>	<p>Segmentos de clientes.</p> <p>Personas de ambos sexos, de edades de entre 20 a 70 años.</p> <p>Instituciones.</p>
--	--	--	---	---

Recursos clave.

Recurso humano, recurso monetario, recurso material.

Canales.

Venta directa. Productor/consuidor final.

Estructura de costos.

Costos administrativos (Agua, luz, papelería, etc.) y costos de producción, materia prima principalmente (Madera, pegamento, perlas para la bisutería, semillas para el vivero, macetas, etc.), 30% costos de admón. y 70% costos de producción.

Fuentes de ingresos.

Ingresos por venta de los productos.

 **Lienzo de la Propuesta de Valor**

<p>Productos y servicios Vivero Bisutería Muebles rústicos</p>	<p>Trabajo del cliente Ambientar su casa u organizarla en el caso de los muebles. Acicalarse o arreglarse en el caso de la bisutería. En el caso del vivero podría ser ayudar al planeta, practicar un hobby, hacer actividades al aire libre, etc.</p>
<p>Creadores de alegría Lo que va a lograr que el cliente obtenga alegrías. Podría ser Promociones y descuentos o que la empresa cuente con aliados clave que le</p>	<p>Alegrías ¿Qué hace que el cliente gane? Beneficios que tu producto le aporta al cliente.</p>

<p>ofrezcan los mejores beneficios en materia prima</p>	<p>“Podría ser la gran calidad de los productos ofrecidos y sus precios accesibles”.</p>
<p>Aliviadores de frustraciones Alto nivel de creatividad, compromiso y responsabilidad por parte de los emprendedores para garantizar la efectividad y la calidad de los productos ofertados.</p>	<p>Frustraciones ¿Qué hace que el cliente pierda? Costo que debe pagar el cliente para adquirir tu producto. No necesariamente es el costo monetario sino que también pueden ser otros factores que el cliente debe de hacer para adquirir sus productos. Puede ser que “Llegar a la tienda es un viaje muy largo o la espera para adquirir sus productos es mucho”.</p>

Marketing Mix (4p)

<p>Producto Producto que se va a ofrecer</p>	<p>Precio Precio de sus productos</p>
<p>Plaza Lugar donde estarán ubicados y/o área a la que le darán cobertura, de igual manera los canales de distribución.</p>	<p>Promoción Como darán a conocer el producto, que publicidad le darán al negocio y si darán descuentos para atraer a la clientela.</p>

Calculo de la muestra para aplicar encuestas, se tomó como la población a los habitantes de la zona rural del municipio de Condega (9,894), el resultado fue de 258 personas a encuestar.