

Módulo de Capacitación a Distancia

Guía Práctica sobre

Mercadeo

Dirigiendo Nuestra Unidad Productiva



Centro Nacional para el Desarrollo de la Mujer y la Familia

Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes

Area de Capacitación y Organización

Módulo de Capacitación a Distancia
Guía Práctica sobre

Mercadeo

Dirigiendo Nuestra Unidad Productiva

1992

■ Índice

Presentación	3
Notas para la facilitadora.....	5
1. Poniéndonos de acuerdo.....	7
2. ¿Quiénes somos y por qué estamos aquí?.....	9
3. El mercadeo y sus componentes.....	11
4. ¿Qué entendemos por producto?.....	15
5. ¿Cómo poner precio a mi producto?.....	17
6. ¿Cómo promocionar mi producto?.....	22
7. Mensajes de mercadeo creativo.....	27
8. Distribución.....	29
9. ¿Por cuántas manos o lugares pasa mi producto?.....	33
10. Mercadeo efectivo.....	35
11. Visita a negocios locales.....	38
12. Mejorar las prácticas, resolver problemas.....	41
13. Expandiendo nuestros negocios.....	45
14. El juego de mercadeo.....	49

Este Módulo de Mercadeo es una producción del Area de Capacitación del Centro Nacional para el Desarrollo de la Mujer y la Familia (CMF) en coordinación con la Universidad de Costa Rica.

Elaboración del Módulo y levantado de texto:

Rafael Herrera, estudiante.

Supervisión:

María Rosa Córdoba.

Supervisión general

Yamileth Salas B. (CMF).

Humberto González (UCR).

Diseño gráfico:

Juan C. Retana

Impresión:



San José, Costa Rica

1992.



06.02.01/1-0715

■ Presentación

El presente módulo de capacitación pretende ofrecer a la facilitadora las actividades necesarias para que las mujeres participantes puedan definir su mercado, conocer la competencia, efectuar promociones de sus productos y llevarlos al mercado por medio de los métodos más accesibles.

El mercadeo es aquella actividad cuya finalidad consiste en satisfacer las necesidades humanas y deseos del ser humano por medio de procesos de intercambio (productos). Es un conjunto de acciones que nos permitirán conocer mejor las necesidades de las personas llegando así a vender nuestros productos a un precio justo, y con una buena estrategia, calidad y comercialización.

Este módulo pretende legitimar todos los conocimientos prácticos que poseen las participantes sobre mercadeo. La metodología participativa nos permite fortalecer los elementos teórico-prácticos sobre mercadeo y rescatar el buen manejo de su propia unidad productiva.

Es nuestro deseo que este documento pueda cumplir su objetivo y esperamos además sugerencias y comentarios de todas las personas que lo utilicen, a fin de mejorarlo y tomar en cuenta sus observaciones para publicaciones futuras.



Licda. Mary Albán
Directora del CMF

■ ¿Cuál es el objetivo de este módulo de capacitación?

El objetivo de este módulo de capacitación es que las mujeres que posean microempresas o negocios pequeños desarrollen habilidades, destrezas y conocimientos sobre el tema de mercadeo para que realicen acciones concretas que les ayuden a aumentar su mercado y a resolver sus problemas de distribución, divulgación y del valor (precio justo) de sus productos.

■ En la siguiente página...



■ Notas para la facilitadora

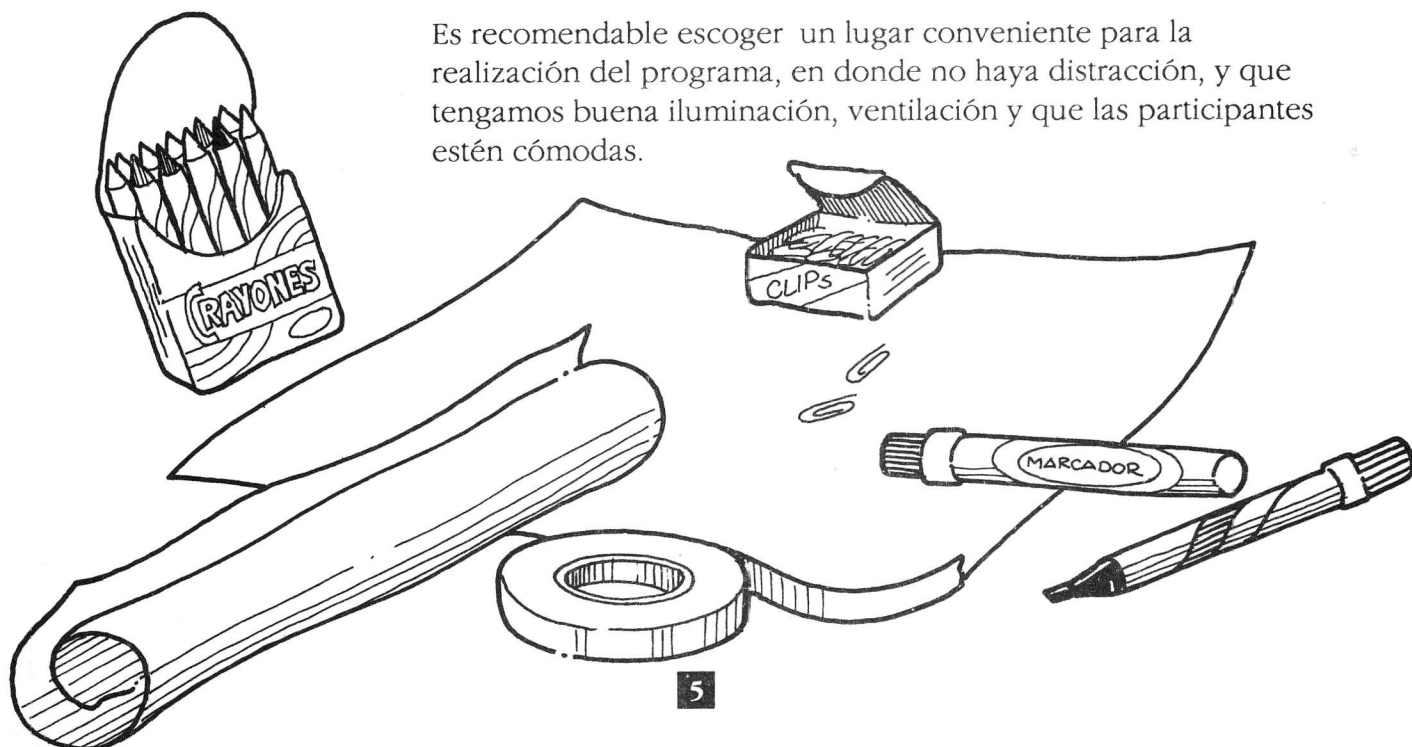
Esta guía fue elaborada de manera que las actividades de capacitación que desarrollen en sus grupos se realicen utilizando una **Metodología Participativa**. El propósito es que, con la participación de todas las compañeras, aprendan juntas unas de otras; a través del intercambio de conocimientos y experiencias se lograr.

Para lograr esto, es necesario que todas las compañeras participen activamente y reconozcan la importancia de su participación. Uno de los principales papeles de la facilitadora es, entonces, motivar a las compañeras a expresar sus ideas y compartir otras nuevas.

Esta guía es sólo una orientación que le ayudará a desarrollar los temas de capacitación en forma participativa. Pero, usted deberá usar su imaginación y creatividad para adecuarla a las condiciones y necesidades del grupo, de manera que el entrenamiento pueda ser adaptado para grupos de empresarias en la misma rama o en diferentes negocios. **De 10 a 20 participantes es un buen número para un grupo.**

Para facilitar el ordenamiento de las actividades se elaboraron agendas que corresponden, cada una, a una sesión de trabajo. En todas las agendas se indica el tema por tratar, la distribución del tiempo, así como la planeación de las actividades de animación y evaluación.

Es recomendable escoger un lugar conveniente para la realización del programa, en donde no haya distracción, y que tengamos buena iluminación, ventilación y que las participantes estén cómodas.



Agenda Nº1

"Poniéndonos de Acuerdo"

Tiempo: 2 horas

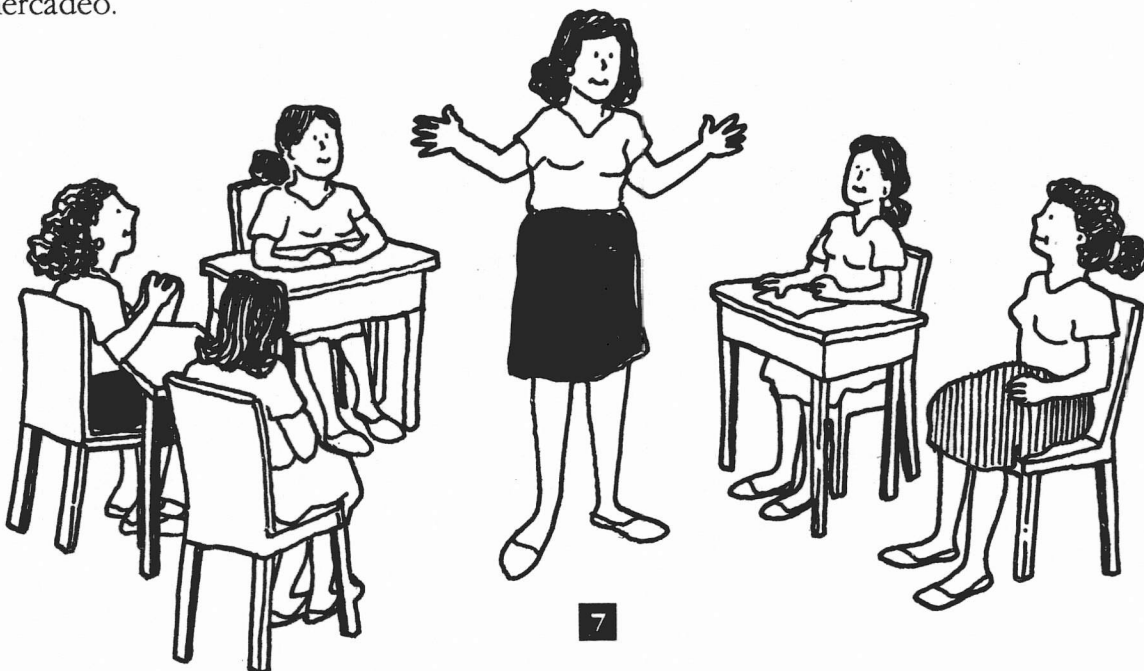
1. Presentación de la Agenda
2. Actividad de Animación
3. Contenidos por desarrollar
Propósitos de la capacitación



Poniéndonos de Acuerdo

PROPOSITO:

Hablar a las mujeres sobre el propósito de la capacitación y cuáles elementos intervienen en el mercadeo.

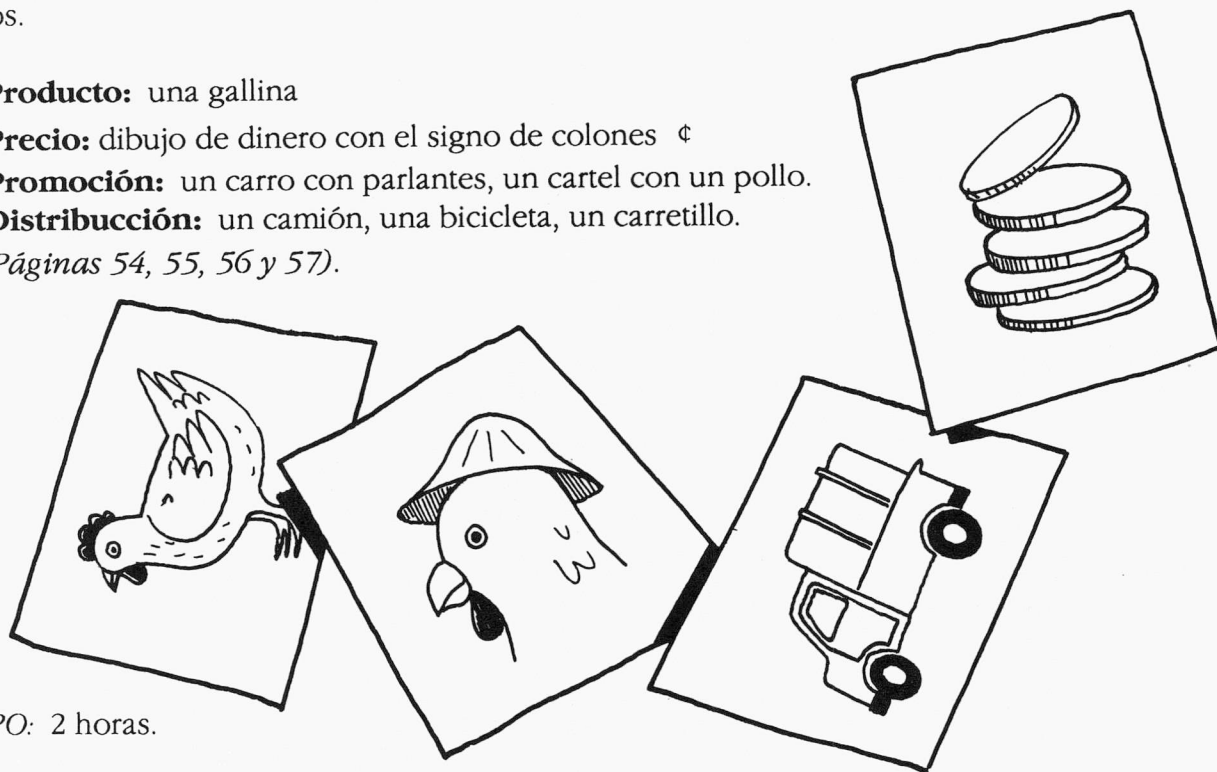


MATERIALES:

Cuatro elementos de mercadeo en carteles, metas de capacitación en hoja de portafolio. Pape-lógrafos.

1. **Producto:** una gallina
2. **Precio:** dibujo de dinero con el signo de colones ₡
3. **Promoción:** un carro con parlantes, un cartel con un pollo.
4. **Distribución:** un camión, una bicicleta, un carretillo.

(Páginas 54, 55, 56 y 57).



TIEMPO: 2 horas.

TECNICA:

Este día se pretende dar una visión general sobre la capacitación y metodología del trabajo.

PASOS A SEGUIR:

1. Hable a las mujeres sobre lo que es el mercadeo y sobre los propósitos de la capacitación. Debe partir de la definición que ellas dan
2. Hable a las mujeres sobre las metas de la capacitación.

Como resultado de la capacitación, cada participante va a:

- Conocer los cuatro componentes del mercadeo: **producto, precio, distribución y promoción.** (Haga alusión a los carteles de los componentes).
- Evaluar la forma en que su producto o servicio satisface las necesidades de los consumidores.
- Asignarle el mejor precio a su producto o servicio.
- Seleccionar el mejor transporte y lugar para vender su producto.
- Crear nuevos medios de promoción para su producto.
- Identificar nuevas formas de expansión para su negocio.
- Desarrollar una estrategia de mercadeo para el futuro.

Agenda Nº2

"¿Quiénes somos y por qué estamos aquí?"

Metas de la capacitación

Tiempo: 2 horas

1. Presentación de la Agenda
2. Actividad de Animación
3. Contenidos por desarrollar:
Familiarización con la Capacitación



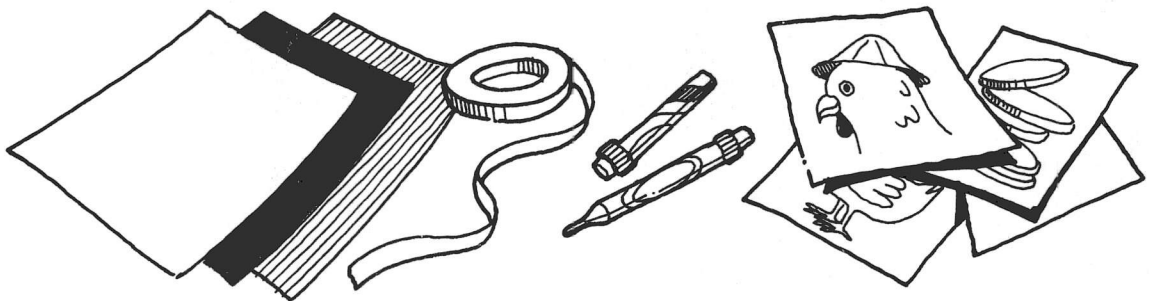
¿Quiénes somos y por qué estamos aquí?

PROPOSITO:

Facilitar a las participantes su familiarización con el entrenamiento y expresar qué esperan ganar de él para mejorar su empresa. Hablar a las mujeres sobre el propósito de la capacitación.

MATERIALES:

Papel de color, cinta adhesiva, marcadores, cuatro elementos de mercadeo en cartulinas.



TIEMPO: De 45 minutos a 1 hora (dependiendo del tamaño del grupo).

PASOS:

1. Coloque los cuatro componentes del mercadeo en un lugar visible y dejelos ahí durante toda la capacitación.

2. Pida a las participantes que formen un círculo. Haga que ellas se presenten una a otra. Las participantes deben mencionar sus nombres, el tipo de negocio que operan y algo más que quisieran agregar.

3. Divida a las participantes en pares. Pídale a las miembros de cada par que se entrevisten una a otra acerca de: *¿Qué es lo que más le gustaría aprender de este programa?*

Nota: Anime a las participantes a pensar sobre lo que ellas quisieran transformar en sus negocios al final de esta capacitación; *¿Qué quisieran aprender? ¿Qué quisieran hacer? ¿Cuáles problemas les hubiera gustado resolver?*

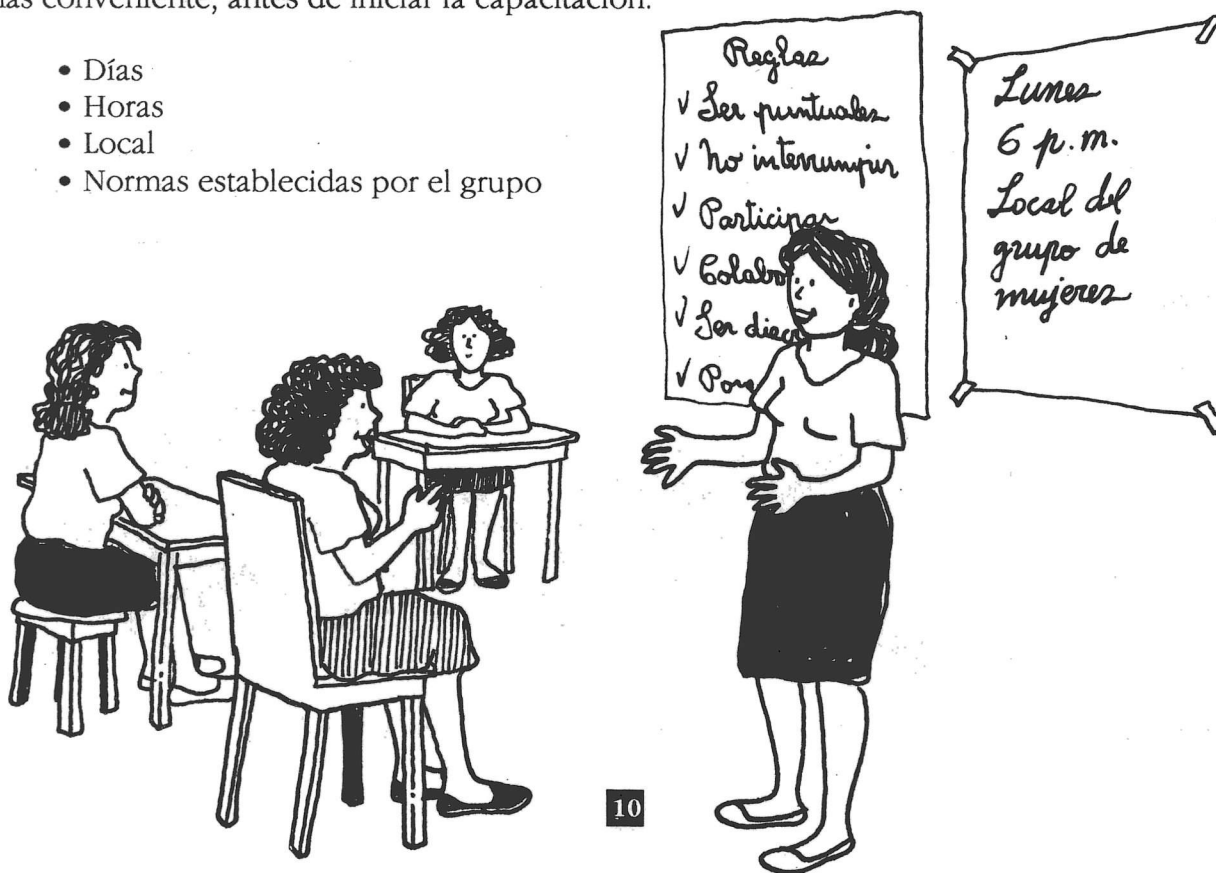
4. Después de diez minutos pídale a cada una que haga una pequeña exposición. Muestre lo que quisiera cambiar en su negocio, usando palabras, dibujos o símbolos. Por ejemplo una participante interesada en mejorar el transporte de su producto al mercado, puede dibujar un camión.

5. Diga a las mujeres que ellas podrán hacer los cambios que gusten si ponen mucha atención durante la capacitación.

6. Entregue a cada participante una copia de la hoja "Así Ocurre" y comente. (Página 62).

7. Finalmente decidan juntas el horario de entrenamiento. Asegúrese de que el horario sea el más conveniente, antes de iniciar la capacitación.

- Días
- Horas
- Local
- Normas establecidas por el grupo



Agenda Nº3

"El mercadeo y sus componenes"

Tiempo: 2 horas

1. Presentación de la Agenda
2. Actividad de Animación
3. Contenidos por desarrollar
El mercadeo y sus pasos
4. Actividad de evaluación



El Mercadeo y sus componentes

PROPOSITO:

Definir el concepto de **MERCADEO** y establecer sus componentes.



MATERIALES:

Cuatro elementos de mercadeo en carteles.

1. **Producto:** una gallina
2. **Precio:** dibujo de dinero con el signo de colones ¢
3. **Promoción:** un carro con parlantes, un cartel con un pollo.
4. **Distribución:** un camión, una bicicleta, un carretillo.



TIEMPO: 2 horas.

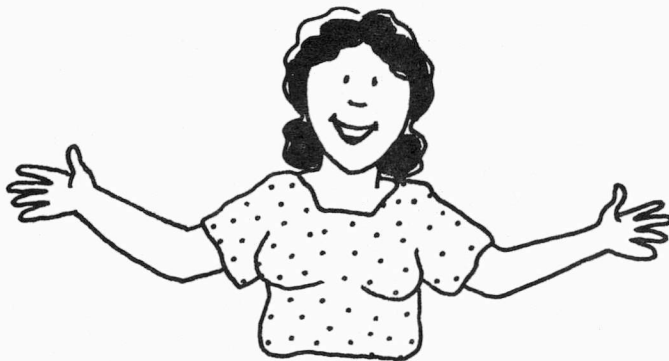
Para comenzar lo primero que debe hacer es presentar la agenda para que las compañeras estén informadas de lo que van a tratar en la sesión, así como del tiempo que les va a tomar.

Seguidamente realice la actividad de animación que seleccionó.

Terminada esta actividad, señale a las compañeras que lo siguiente es comenzar con el primer paso de capacitación del día.

PASOS A SEGUIR

1. Indique al grupo que el tema que van a tratar es:
" El mercadeo, sus elementos y la aplicación en sus negocios "
2. Comente que este tema les va a tomar 4 sesiones de trabajo y que en la sesión de hoy van a ver: **"El mercadeo y sus componentes"** con el objetivo de definir *el concepto de mercadeo y establecer sus componentes.*



3. Asegúrese de haber pegado los carteles de los cuatro componentes del mercadeo en un lugar visible (están en el anexo).

4. Explique a las participantes que **MERCADEO ES**

- La manera ordenada de convertir un producto -por ejemplo una canasta que usted ha fabricado, silla que ha construido, o un servicio que ha prestado, en su casa o negocio- en dinero o beneficios para usted y su familia.
- Se propone identificar, anticipar y satisfacer las necesidades del consumidor por medio de un producto o servicio y obtener ganancias al hacerlo.
- Conseguir la atención de los grandes compradores, satisfaciendo sus necesidades por medio de procesos de intercambio.
- Dar a conocer un producto (*Promoción*)
- Hacer el producto disponible en los lugares claves (*Distribución*).
- Hacer el producto más atractivo o diferente a los productos similares.
- Fijar el precio correcto, para que la gente pueda comprarlo, pero también para que pueda ser lucrativo producirlo, o sea, que se tengan ganancias.
- No es un proceso aislado, es una de las actividades que deben llevarse a cabo, muchas veces simultáneamente, para que el negocio funcione debidamente.
- Se compone de cuatro componentes.

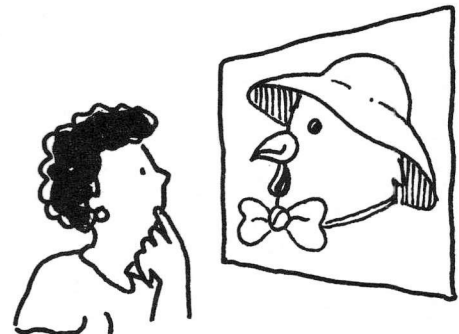
1. *Producto*

2. *Promoción*

3. *Precios*

4. *Distribución*

- Finalice enfatizando los 4 elementos del mercadeo. Colóquelos en un lugar visible y déjelos ahí durante toda la capacitación.



5. Pregunte a las participantes: *¿Qué entienden por mercadeo?*

Pida que las definiciones sean concretas y sencillas. Copie las respuestas en una lámina blanca. Escriba sólo aquellas respuestas no repetidas.

6. Cuando estén todas las respuestas pida a las compañeras que subrayen los elementos claves del mercadeo en la lámina donde se copiaron las definiciones dadas por ellas.

7. Trate con el grupo de elaborar una definición de mercadeo.

■ *Considere las siguientes ideas como base para elaborar una definición.*

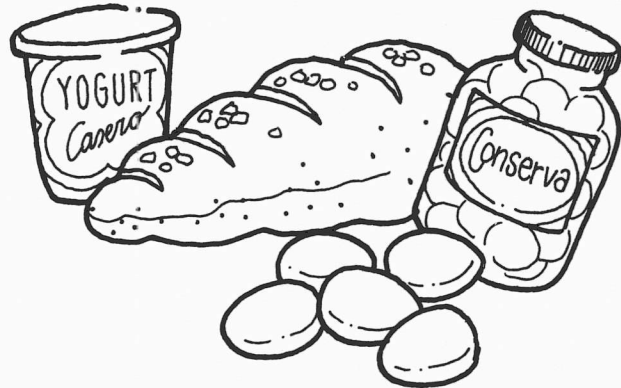
- Los individuos tienen necesidades por productos
- ¿Qué vamos a vender? Nuestros productos
- ¿Cómo los vamos a vender? Por medio de la Promoción
- ¿Cómo lo vamos a hacer llegar a los clientes? Por medio de la Distribución.
- ¿A qué precio lo vamos a vender? A un Precio Justo

Agenda Nº4

"¿Qué entendemos por producto?"

Tiempo: 30 Minutos.

1. Presentación de la Agenda
2. Actividad de Animación
3. Contenidos por desarrollar
Tema: **Producto**



¿Qué entendemos por producto?.

PROPOSITO:

Definir qué se entiende por **PRODUCTO** y ayudar a las participantes a conocer cuáles aspectos le interesan a los clientes de nuestro producto

TIEMPO: 30 Minutos.

MATERIALES:

Papelógrafo Nº1: "¿Qué es un Producto?", cartel con diferentes productos.



PASOS A SEGUIR:

1. Indique al grupo que el tema que van a ver es: "**El Producto**" con el objetivo de definir: *¿Qué es un producto, y cuáles aspectos le interesan al cliente del mismo?*".
2. Pegue el cartel con los diferentes tipos de productos en un lugar visible.
3. Pregunte a las compañeras: *¿Qué entienden por Producto?* y *¿Cuáles aspectos creen que le interesen al cliente?*. Permita que discutan sobre esto durante unos minutos.
4. Después pegue el papelógrafo N° 1 donde todos lo vean y pida a una compañera que lo lea.

Papelógrafo N° 1

¿QUE ES UN PRODUCTO?

Es cualquier cosa que se ofrece en un mercado para la obtención, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o deseo.

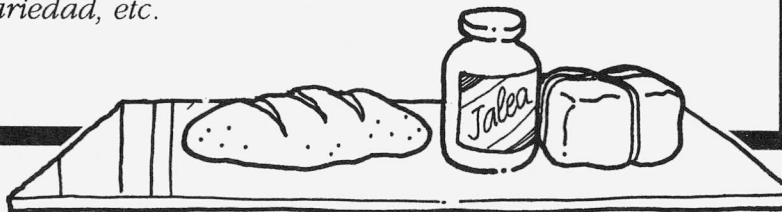
¿Qué le interesa al cliente de nuestro producto?

Que el producto que le vendamos: tenga calidad y sea ofrecido a un precio justo.

Calidad: es el conjunto de cualidades del producto que lo diferencian de otros y lo hace más atractivo al cliente.

Precio Justo (real o deseado): el cliente desea pagar por el producto un precio que esté a su alcance.

También el cliente puede interesarse por nuestro producto gracias a su: *presentación, duración, tamaño, variedad, etc.*



Agenda Nº5

"¿Cómo poner precio a mi producto?"

Tiempo: 2 horas

1. Presentación de la Agenda
2. Actividad de Animación
3. Contenidos por desarrollar
Tema: **Precio y factores que lo determinan**



¿Cómo poner precio a mi producto?.

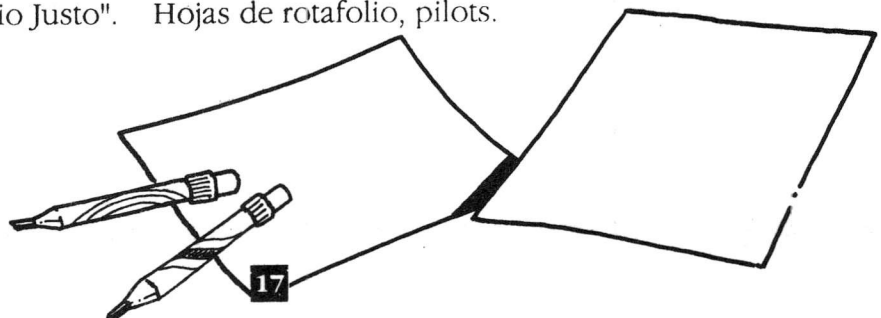
PROPOSITO:

Definir el concepto de **PRECIO** y ayudar a las participantes a conocer los factores o elementos que deben considerarse a la hora de poner precio al producto.

TIEMPO: 2 horas

MATERIALES:

Papelógrafo Nº 2: "¿Qué es Precio?", Papelógrafo Nº:3: "Relación Precio/Costo del Producto" y papelógrafo Nº 4: "El Precio Justo". Hojas de rotafolio, pilots.



PASOS A SEGUIR:

1. Indique al grupo que el tema que van a ver es: **PRECIOS** con el objetivo de *definir qué es precio, y que elementos deben considerarse para ponerlo.*
2. Pregunte a las compañeras: *¿Qué entienden por Precio? y ¿Cuáles factores deben considerarse?.* Permita que discutan sobre esto durante unos minutos.
3. Después pegue el papelógrafo N° 2 donde todas lo vean y pida a una compañera que lo lea.
4. Pida a varias compañeras que traten de explicar como sus propias palabras: *¿Qué es el precio? y ¿Cuáles elementos deben considerarse para ponerlo?.* Permita que discutan sobre esto durante varios minutos.

Papelógrafo N° 2

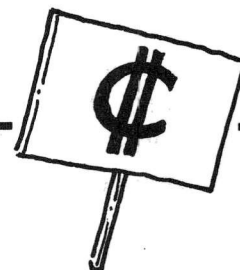
¿QUE ES PRECIO?

Es el precio que asigno a mis productos, el cual es igual o mejor a los que mantienen nuestros competidores.

Elementos para definir un precio justo y competitivo.

- **Determinar valor agregado:** Agregar valor a mi producto por medio de todo lo que utilizo en el trabajo de producirlo: tiempo, esfuerzo, herramientas, materiales, electricidad, agua y otros productos.
- **Mayor beneficio:** Debo calcular el valor de lo que he agregado a mi producto, tratando de que el precio sea superior a ello, con el fin de obtener mayor utilidad o beneficio.
- **Nivel de supervivencia:** Es aquel en donde el precio que doy a mi producto, me da un beneficio mínimo, con el cual cubro el valor agregado a mi producto, mi ganancia es muy baja.
- **Nivel de ingreso de mi clientela:** El precio que doy a mi producto debe permitir a mi clientela el poder obtenerlo, debe estar a su alcance.
- **Precios de la Competencia:** Tomando en cuenta mi beneficio, ofrezco precios similares a los de la competencia. Debo para ello conocer los precios que mis competidores dan a sus productos.

5. Divida a las mujeres en pequeños grupos. Pídale que ellas van a imaginar un negocio que vende cajetas de coco. *¿Qué aspectos considerarían ellas para ponerle el precio a las cajetas?*
6. Reúna al grupo de nuevo. Pídale que expongan los aspectos que considerarían. Anótelos.
7. Entregue una copia del Papelógrafo N° 3 "Relación Precio/Costo", léala y coméntela.
8. Explique a la mujeres de qué forma se pone precio.



COSTO + GANANCIA = PRECIO

- Haga una lista de los costos mensuales.

Materiales.....	¢
Equipo.....	¢
Empaque.....	¢
Promoción.....	¢
Interés.....	¢
Patentes.....	¢
Salarios.....	¢
Transporte.....	¢
Otros.....	¢

- Ponga el número de artículos que produce cada mes.

- Divida:

Ejemplo:

$$\frac{\text{Costos (Total \#1)}}{\text{Artículos (\# 2)}} = \text{Costo por artículo} \qquad \frac{\text{Costos: } \text{¢}2000 \text{ por mes}}{20 \text{ artículos}} = \text{¢}100 \text{ cada artículo}$$

- Discuta: *¿Cuánto le agrega al costo de cada artículo para obtener ganancia? ¿Cuál sería un precio razonable? ¿Qué precio tiene la competencia? ¿Cómo sé que ese precio es razonable?* (Las encuestas de mercadeo son una manera de averiguar cuánto están dispuestos los clientes a pagar.)

- Suma el costo del artículo más el margen de ganancia en cada artículo y obtendrá su precio de venta. *Ejemplo:* ¢100 (costo) + ¢10 (ganancia) = ¢110 (precio de venta).

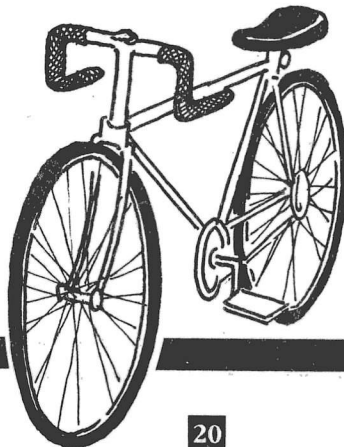
RELACION PRECIO / COSTO

Roxana es una mujer muy capaz, enérgica y llena de confianza. Inicialmente, cuando su marido empezó un negocio de bicicletas en San José, ella no quiso trabajar con él. Prefirió seguir enseñando tiempo completo en una escuela cerca de su hogar. Sin embargo, cuando los ladrones entraron al local de la tienda de bicicletas y se llevaron casi todas las herramientas, Roxana se vió obligada a colaborar con su marido para que el negocio no fracasara.

Decidió trabajar tiempo completo en el taller. Cambió el horario en la escuela para poder trabajar durante el día en el negocio de bicicletas y únicamente enseñar unas horas de noche. Su madre aceptó cuidar a los niños cuando tuviera que enseñar.

Desde el primer momento Roxana se dió cuenta de que su marido aunque era un buen mecánico no era el mejor de los negociantes. **Era muy descuidado en la administración del negocio y nunca había hecho un cálculo sobre el costo de los servicios para determinar el precio de cada uno de ellos, de acuerdo al tiempo que tomaba llevarlo a cabo y el valor de los repuestos y piezas que requería.** Además, antes del robo, había colocado anuncios en la radio local y en el boletín de consumidores de su barrio. Igualmente, había pagado dinero para conseguir un lugar en la feria de microempresas para vender sus bicicletas. Desafortunadamente, había olvidado incluir estos costos de comercialización en sus precios.

Todo eso cambió rápidamente. Roxana dijo "cuando se trata de sostener a mi familia, yo puedo ser muy efectiva". En poco tiempo ella había hecho un estudio de precios incluyendo los gastos de comercialización. Ahora cobran el **precio justo** por las bicicletas y la reparación de las mismas y las ganancias han aumentado considerablemente.



REPASO:

Entregue copia del Papelógrafo N° 4 "El Precio Justo", léala en subgrupos para que lo comenten. Luego realice una plenaria para retomar dudas, comentarios y aportes.

Papelógrafo N° 4

EL PRECIO JUSTO

Si usted va a vender un producto o servicio es necesario que **el precio sea el correcto** ni muy bajo ni muy alto en relación con el costo de producción y el mercado. Generalmente, la mujer se olvida de incluir en el precio algunos de los costos de producción. ¡Es importante que usted lo haga! A continuación presentamos un cuadro que podría ayudarle en esta tarea, no siempre fácil, pero muy importante.

	Costos de Producción		Costos de Mercadeo y Distribución	
El costo es la suma de :	<ul style="list-style-type: none"> • Materias primas • Mantenimiento • Mano de obra 	+	<ul style="list-style-type: none"> • Compra de equipos • Servicios: <i>Electricidad (luz), alquiler, etc.</i> • Gastos administrativos 	+
			<ul style="list-style-type: none"> • Empaque • Transporte • Promoción y publicidad (<i>medio de producción</i>) 	=
				El costo total del producto

El margen de ganancia es la progresar

La cantidad de dinero extra que su negocio necesita para funcionar debidamente.

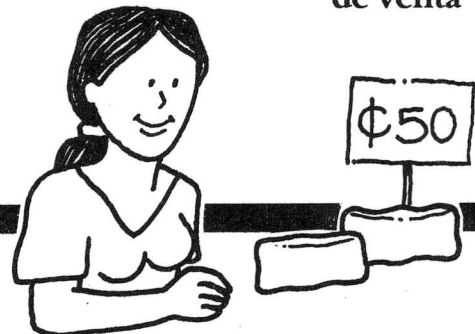
Dinero extra

El precio debe ser la suma de :

Lo que cuesta producir el artículo o costo total del mismo

+ Las ganancias

= **Precio de venta**



Agenda N°6

"Cómo promocionar nuestro producto"

Tiempo: 2 horas

1. Presentación de la Agenda
2. Actividad de Animación
3. Contenidos por desarrollar
Tema: **Promoción**



Cómo promocionar nuestro producto

PROPOSITO:

Definir el elemento promoción y ayudar a las participantes a conocer múltiples formas de promocionar el producto, unido a los "Mensajes de Mercadeo Creativo", crear otras formas de dar a conocer el producto.

TIEMPO: 2 horas

MATERIALES:

Papelógrafo N° 5: "¿Qué es la Promoción?", N° 6: "Promoción" y N° 7: "¿Cómo Promuevo mi Producto?", hojas, rotafolio, pilots.



PASOS A SEGUIR:

1. Indique al grupo que el tema que van a ver es: **La Promoción** con el objetivo de definir "qué es la promoción, cómo se puede llevar a cabo y su utilidad para el producto".
2. Pregunte a las compañeras: *¿Qué entienden por promoción?* y *¿Para qué creen que sirve?*. Permita que discutan sobre esto durante unos minutos.
3. Después pegue el papelógrafo N° 5 donde todas lo vean y pida a una compañera que lo lea.
4. Pida a varias compañeras que traten de explicar con sus propias palabras: *¿Qué es la promoción?* y *¿Para qué sirve?*. Permita que discutan sobre esto durante varios minutos.

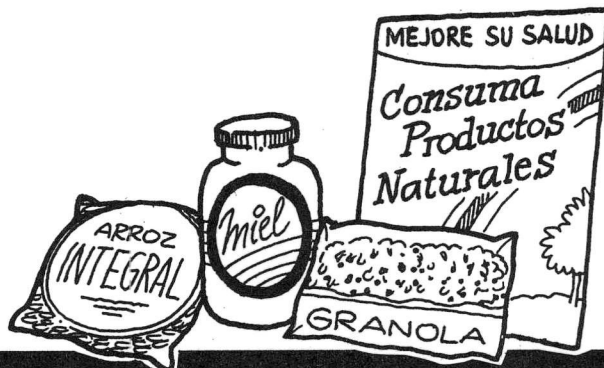
Papelógrafo N° 5

¿ QUE ES LA PROMOCION?

Consiste en dar a conocer a los clientes las características que posee nuestro producto, incluyendo la calidad y precio.

¿Para qué nos sirve la Promoción?

- Para dar a conocer las características de nuestros productos, con el fin de que los clientes se motiven a comprarlos.
- Además, con la promoción se nos debe dar la mayor información posible, ya que los clientes tienen intereses diferentes sobre el producto. Por ejemplo, a algunos únicamente les interesa el precio, a otros el tamaño, a otros la variedad de productos, etc.



5. Divida al grupo en pequeños sub-grupos y pídale al grupo que piensen de qué manera ellas darían a conocer o promocionarían un negocio de heladería, panadería o granja.
6. Reúna al grupo de nuevo, solicíteles que expongan el trabajo que hicieron.
7. Finalice la actividad explicándoles que la promoción es importante, porque con ella se persuade al cliente para que compre el producto.
8. Enumere las formas de promoción que hay. (Ver Agenda N° 10: "Ideas sobre Mercadeo Efectivo.")
9. Entregue el papelógrafo N° 6 "Promoción", léala y coméntela.
10. Entregue el papelógrafo N° 7 "¿Cómo Promuevo Mi Producto?" y que la llenen. Luego coméntela.

PROMOCIÓN

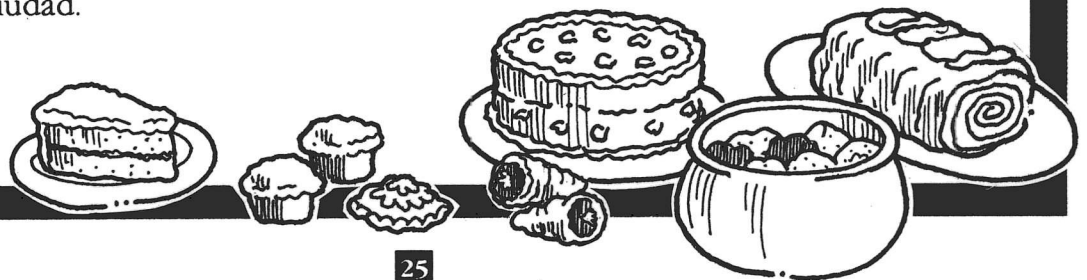
Angela Pérez tiene 35 años de edad y lleva 7 trabajando 5 horas como cocinera en un restaurante en la ciudad de Alajuela. En las tardes, Angela y dos de sus primas preparan comidas y bocados para fiestas, matrimonios, reuniones, cocteles, primeras comuniones y otras actividades sociales.

Como el negocio estaba floreciendo y no alcanzaban a cubrir los pedidos, Angela y sus primas decidieron aumentar la producción. Con un préstamo de una entidad estatal con intereses muy módicos, compraron dos neveras, una máquina cortadora de pan y carnes frías, un horno grande y contrataron a dos ayudantes de cocina. Inicialmente la idea fue un éxito ya que pudieron en poco tiempo cubrir los pedidos. Sin embargo, luego se dieron cuenta que para poder pagar el costo de la inversión en maquinaria iban a tener que **aumentar el volumen de ventas**.

Como nunca habían tenido que **vender** el producto no sabían que hacer o a quien dirigirse para incrementar las ventas. Inicialmente pensaron en hacer anuncios en la radio y la televisión pero pronto se dieron cuenta que era demasiado costoso y que no tenían presupuesto para hacerlo. Un día Angela contó a sus colegas en el restaurante y al dueño del mismo sus problemas. El dueño, una persona con experiencia en este campo, le sugirió a Angela que imprimiera tarjetas con el nombre, teléfono y dirección, anunciando el servicio y que él con gusto las colocaría en el restaurante en todas las mesas y al lado de la registradora. Un mes más tarde las ventas habían aumentado un 15%.

Entusiasmadas con los resultados Angela y sus primas prepararon unos folletos atractivos y los distribuyeron en algunos restaurantes donde tenían conocidos.

En pocos meses, y gracias a esta promoción, tenían el tiempo copado y hasta habían empleado a una persona más para responder a los nuevos pedidos. Ha sido tanto el éxito de esta pequeña campaña de promoción que, actualmente, tienen recursos suficientes para colocar anuncios en la radio y en las salas de cine de la ciudad.



Papelógrafo N° 7

¿Cómo promuevo mi producto?

La selección del medio de promoción más adecuado es muy importante para el éxito de su negocio. Es necesario, antes de iniciar la campaña de promoción, que usted haga estas dos importantes preguntas:

- *¿Con cuánto dinero o recursos dispongo para la promoción?*
- *De acuerdo con mis recursos ¿Cuáles son los medios que debo emplear para que el cliente se interese en mi producto?*

A continuación se hace un listado de algunos de los medios de promoción más conocidos. Tal vez usted haya empleado otros con más eficacia. Lo importante es que haya conseguido su propósito. Debe leer la lista cuidadosamente y determinar cuál o cuales serían los más apropiados para su negocio, teniendo en cuenta las preguntas anteriores.

MEDIO	¿ESTA A MI ALCANCE?		¿LLEGARA A MIS POSIBLES CLIENTES?	
	SI	NO	SI	NO
<ul style="list-style-type: none"> • Hojas Volantes • Afiches • Carteleras • Folletos • Tarjetas • Anuncio por altoparlantes • Letreros en camisetas u otras prendas • Murales • Letreros en sitios estratégicos • Pancartas • Persona sandwich • Avisos en cines • La radio • Revistas • Periódicos • Televisión • Vendedoras • Otros 				

Agenda Nº7

"Mensajes de Mercadeo Creativo"

Tiempo: *50 Minutos.*

1. Presentación de la Agenda
2. Actividad de Animación
3. Contenidos por desarrollar
Tema: **Creación de Mensajes de Mercadeo**



Mensajes de Mercadeo Creativo

PROPOSITO:

Realizar con las participantes prácticas para la creación de "Mensajes de Mercadeo Efectivos".

TIEMPO: Alrededor de una hora

MATERIALES:

Una foto de un pollo, ejemplos de mercadeo de un producto tomado de periódicos y revistas.

PASOS A SEGUIR:

1. Pida a las participantes que den ejemplos de lo que las influye a comprar un producto. Después de que se hayan expuesto algunas ideas, señale que los "mensajes de mercadeo", o sea, lo que el vendedor anuncia sobre su producto, son influencias importantes.

2. Lea los siguientes mensajes y pregunte a las participantes, *¿Cuáles pollos comprarían y por qué?*

Vendedora 1: "Nuestros pollos se alimentan con buenos granos y vitaminas."



Vendedora 2: "Nuestros pollos son tan grandes que pueden alimentar a una familia de 10 personas."



3. Después de un rato de discusión acerca de las consignas, explique a las participantes que el mensaje del vendedor 2 es generalmente más efectivo, porque dice al consumidor la **ventaja** que obtiene al comprar estos pollos.

4. Indíqueles que ellas deben ahora crear sus propios "mensajes de mercadeo". Divida a las participantes en grupos de 3 o 4, e instruya a cada grupo que:

- Escoja un producto o servicio, puede ser propio o imaginativo.
- Prepare una demostración de ventas y muestre a un detallista para que él le venda su producto. Usted puede usar una consigna principal, al igual que otra información sobre su producto.

5. Dé a los grupos unos 30 minutos para prepararse.

6. Pida que escojan una o dos participantes del grupo para dar una presentación del producto. Pueden hacer letreros o lo que quieran, en sus presentaciones.

7. Pida otras voluntarias para ser los clientes, intermediarios o vendedores. Escoja una voluntaria para cada grupo, pero asegúrese de que no esté en su mismo grupo. Hábleles en privado y sugiera que tomen papeles distintos.

8. Pida a cada grupo que haga su presentación a un detallista de los otros grupos.

9. Después de cada presentación, pida al grupo entero su opinión sobre la presentación y cualquier sugerencia para mejorarla.

10. Termine la actividad preguntando: *¿Qué tipos de "mensajes de mercadeo" son más efectivos? y ¿Cuáles son algunos de los "mensajes de mercadeo" que usted oye en su comunidad?"*

11. Muestre ejemplos sacados de periódicos o revistas que ilustran lo anterior.

12. Finalice la actividad diciéndoles que estos mensajes se conocen como "temas para hacer publicidad" y que ésta, muchas veces es acompañada de la promoción.

Agenda Nº8

"Distribución"

Tiempo: 3 horas

1. Presentación de la Agenda
2. Actividad de Animación
3. Contenidos por desarrollar
Tema: **Distribución**



Distribución

PROPOSITO:

Definir el elemento **DISTRIBUCIÓN** y establecer la forma de cómo se ha de distribuir el producto de las participantes

TIEMPO: 3 horas

MATERIALES:

Papelógrafo Nº 8: "¿Qué es la Distribución?", Copia de los papelógrafos Nº 9: "Distribución" y Nº 10: "¿Cómo Distribuyo Mi Producto?".



PASOS A SEGUIR:

1. Indique al grupo que el tema que van a ver es **La Distribución** con el objetivo de definir *¿Qué es Distribución?*
2. Pregunte a las compañeras: *¿Qué entienden por Distribución?* Permita que discutan sobre esto durante unos minutos.
3. Después pegue el papelógrafo N° 8 donde todas lo vean y pida a una compañera que lo lea.
4. Pida a varias compañeras que traten de explicar como sus propias palabras: *¿Qué es Distribución?* Permita que discutan sobre esto durante varios minutos.

Papelógrafo N° 8

¿QUE ES LA DISTRIBUCION?

Son todas las acciones que llevamos a cabo para hacer llegar nuestro producto a los clientes.

Aspectos Importantes a Considerar en la Distribución de un Producto

- Para hacer llegar al público nuestros productos debemos tomar en cuenta las características de éste.
- Si son productos agrícolas o animales podemos venderlos directamente a nuestros clientes en la "Ferias" que se establecen para ello.
- De no poder nosotras mismas vender nuestros productos directamente a los clientes, debemos venderlo a los detallistas, los cuales son personas que tienen negocios (pulperías, negocios de abarrotes, tiendas, minimercados), en los cuales venderán nuestros productos.
- Debemos tomar en cuenta la forma en que trasladaremos los productos a los centros de venta. Podemos utilizar diversos medios, dependiendo de las características de nuestros productos.

5. Entregue a cada participante el papelógrafo N° 9 "Distribución", pídale a una de las participantes que lo lea, lo comente y que saque conclusiones.

Papelógrafo N° 9

DISTRIBUCION

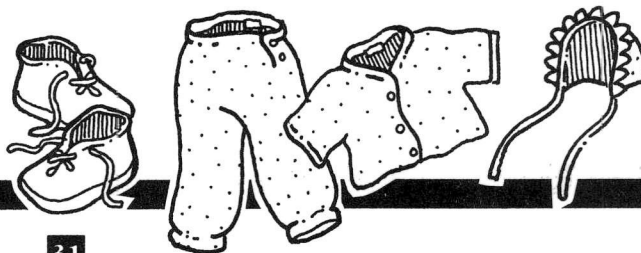
En Quepos, un puerto un poco aislado del resto del país en la provincia de Puntarenas, un grupo de mujeres creó una cooperativa de confección. Durante el primer año las mujeres vendieron sus productos en el mercado local sin problema y consiguieron consolidar la cooperativa. Al finalizar el año el grupo había creado:

- *Un fondo rotativo que ofrecía crédito a las integrantes de la cooperativa que necesitaban comprar materias primas o maquinaria de confección.*
- *Un sistema de reinversión, para que las mujeres que quisieran pudieran invertir sus ganancias en la cooperativa.*

Sin embargo, no todas las noticias eran buenas. El mercado de Quepos comenzaba a saturarse, la cooperativa no podía crecer y las integrantes empezaban a perder confianza en el negocio.

Una de las integrantes de la cooperativa, con un poco de experiencia en la microindustria, apoyada por otras mujeres decidió que era necesario buscar otros mercados donde pudieran distribuir sus productos. Prepararon una línea especial de ropa de bebé y con algunas muestras se fueron a centros comerciales importantes en otras ciudades cercanas. Lograron que el "Periféricos", una cadena de almacenes, comprara sus confecciones y en poco tiempo tenían contratos en todo el país.

Hoy en día algunas mujeres del grupo llevan a cabo campañas de distribución y venta, varias veces al año, y viajan por el país buscando nuevos mercados. La cooperativa ha sido todo un éxito a pesar de que Quepos es un puerto que no queda muy cerca de la capital.



6. Entregue a cada participante el papelógrafo N° 10, "¿Cómo Distribuyo Mi Producto?", léalo y que cada mujer o el grupo que tiene una unidad productiva, establezca la forma de cómo va a distribuir su producto.

Papelógrafo N° 10

¿CÓMO DISTRIBUYO MI PRODUCTO?

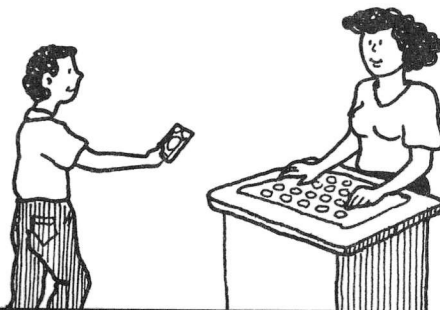
La distribución incluye todas las actividades necesarias para que el producto cualquiera que sea, vaya del productor al cliente. Los canales de distribución pueden ser sencillos o complicados, todo depende de las circunstancias y de la naturaleza del producto, pero se proponen conseguir que el producto sea accesible a quien o quienes lo quieren comprar.

Tres preguntas importantes tiene que hacerse toda persona que quiera distribuir su producto:

1. *¿Venderé directamente al cliente o emplearé intermediarios?*
2. *¿Venderé al por mayor, al por menor o detalle y dónde se distribuirán mis productos?*
3. *¿Cómo voy a transportar mis productos para que lleguen a los lugares de distribución indicados?*

A continuación se presenta una lista de los lugares más comunes de distribución de mercancía. Unos son tradicionales y otros son producto del mundo moderno. Usted debe leerla y de acuerdo con el producto que quiere vender, debe establecer cuál o cuáles son los más adecuados:

- En su casa o de sus amigas
- En su propio almacén o cooperativa
- En almacenes del barrio o de otros barrios
- En cooperativas de consumo
- En ventas ambulantes
- En plazas de mercado
- En tiendas de barrio
- En lugares de trabajo
- De casa en casa
- En toldos
- En ferias artesanales
- Por correo
- En bazares o verbenas
- En supermercados
- En grandes almacenes
- En boutiques especializadas.



Agenda N°9

"¿Por Cuántas Manos o Lugares Pasan Mis Productos?"

Tiempo: *1 Hora y media*

1. Presentación de la Agenda
2. Actividad de Animación
3. Contenidos por desarrollar
Tema: **Formas de distribución**



¿Por Cuántas Manos o Lugares Pasan Mis Productos?

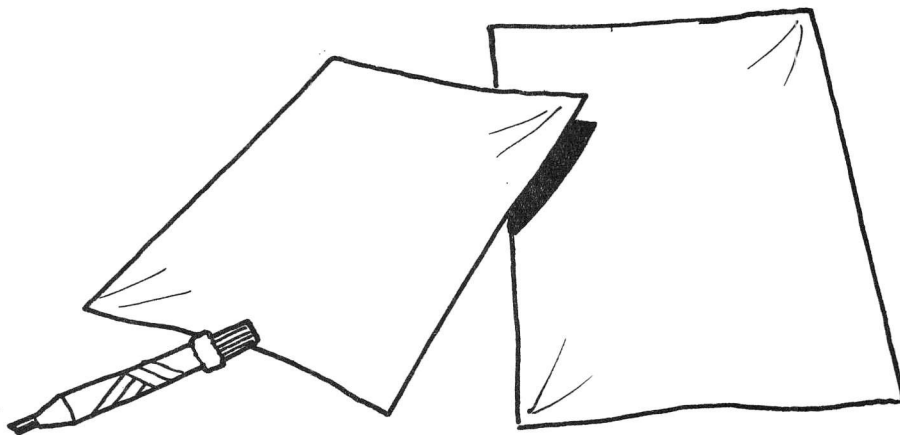
PROPOSITO:

Esta actividad ayuda a las personas a conocer cuáles formas de distribución existen. Les permitirá evaluar su forma actual de llevar al cliente su producto.

TIEMPO: 1:30 horas

MATERIALES:

Pilots, hojas de rotafolio.

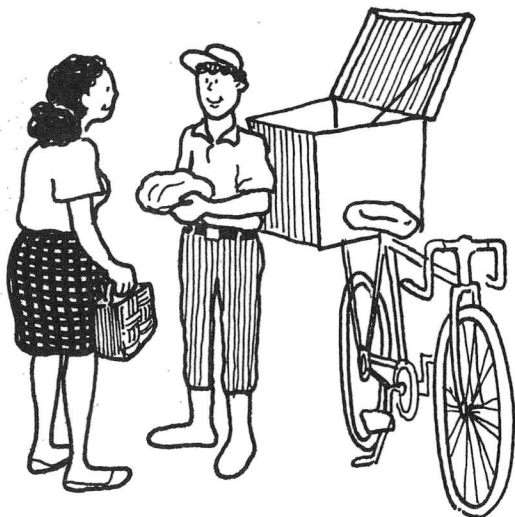


PASOS A SEGUIR:

1. Divida al grupo en pequeños subgrupos, pídeles que piensen en las formas de distribución que utiliza la panadería de la localidad para hacerles llegar a ellas el pan.
2. Reúna al grupo, pídeles que le digan de qué forma consiguen ellas el pan. Aproveche lo que las participantes dicen para luego explicarles las formas de distribución.

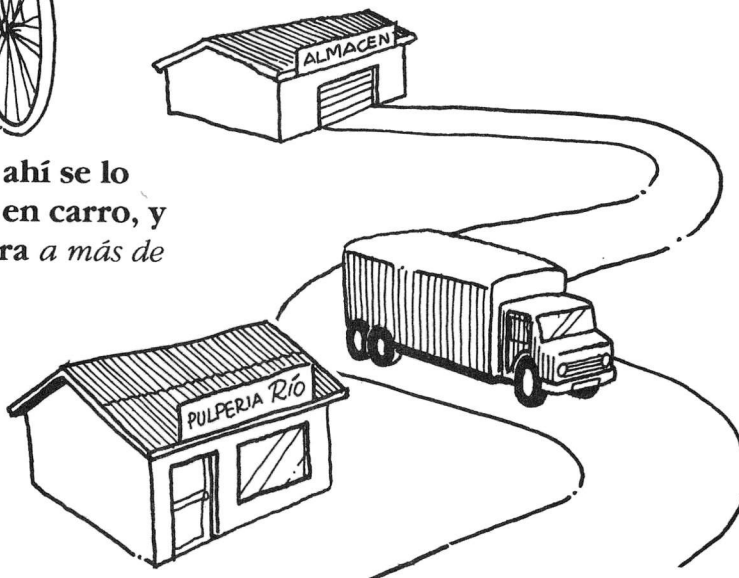
FORMAS DE ADQUIRIR UN PRODUCTO (PAN)

- Lo compran en la pulpería, o sea, lo van a adquirir en donde *un intermediario*.



- El panadero pasa ofreciéndolo a pie, carro o bicicleta, dejándolo en *venta directa*, utilizando transporte para distribuirlo.

- Lo compran en la pulpería, ahí se lo compran a un señor que pasa en carro, y a su vez este señor se lo compra a más de *un intermediario*.



3. Diga a las mujeres que ésta son algunas de las formas de hacer llegar el producto al cliente.

- Finalice explicando con ejemplos de negocios de la comunidad, la forma de distribución que se utilizan.

Agenda Nº10

"Mercadeo Efectivo"

Tiempo: *1 hora y media*

1. Presentación de la Agenda
2. Actividad de Animación
3. Contenidos por desarrollar
Tema: **Principios del Buen Mercadeo**



Mercadeo Efectivo

PROPOSITO:

Darle a las participantes la oportunidad de pensar acerca de los "Principios del Buen Mercadeo".

TIEMPO: 1:30 horas

MATERIALES:

Cuatro o cinco fotos de una mujer en su negocio a la que le faltan técnicas de mercadeo. Ideas sobre mercadeo efectivo.



PASOS A SEGUIR:

1. Diga a las participantes

- Piensen en los cuatro elementos del mercadeo y en las ideas que han discutido. Algunas ideas les serán familiares, otras nuevas.
- Una cosa importante que hay que recordar es que el cliente es la persona más importante en su estrategia de mercadeo: *"Qué quiere y qué puede comprar el cliente"*.
- Piensen en estas ideas y en los cuatro carteles, luego completen esta frase: *"Mercadeo efectivo significa..."*
- Pregunte quién quiere exponer sus ideas. Haga énfasis en que no hay respuestas correctas ni incorrectas.

2. Estimúlelas para que den muchas ideas. Después de que todas han contribuido, léales o muéstrelas la hoja "Ideas para un Mercadeo Efectivo".

Ideas para un Mercadeo Efectivo

- Mercadeo efectivo significa satisfacer las necesidades de los consumidores.
- La finalidad principal del mercadeo es desarrollar un gran número de clientes fijos que divulgen su satisfacción entre los vecinos o habitantes de su área.
- Una estrategia de mercadeo debe ser flexible y debe modificarse cuando cambien las circunstancias.
- Para vender efectivamente, usted necesita conocer a sus clientes y saber por qué comprarían su producto. También necesita saber cuáles personas no le compran su producto.
- Diriga sus ventas a clientes específicos y venda determinados productos.
- Ponga énfasis en un grupo especial de clientes y déles servicio especial.
- El buen mercadeo requiere que usted revise sus planes y decisiones periódicamente para asegurarse de que su negocio está operando productivamente.

3. Cuelgue y lea algunas ideas sobre mercadeo efectivo. Explique que la lista representa algunas otras ideas que quizá no fueron mencionadas anteriormente. (Si quieren copiarlas, que lo hagan después de la sesión, pero que no utilicen tiempo de la capacitación). También puede llevarlas fotocopiadas.
4. Divida a las participantes en grupos de 4 o 5. Dé a los grupos una foto y aproximadamente 20 minutos para discutir qué consejo le darían a la mujer en la foto. Dígales que la foto representa una mujer dueña de su propio negocio. Ella sabe que usted asistió a un programa de capacitación y le pide consejo acerca de cómo podría mejorar su negocio.
5. Haga que los grupos presenten su "consejos" uno por uno.



6. Para terminar la actividad, pregúntele a todo el grupo: "¿Cuáles son los puntos más importantes que debemos considerar sobre mercadeo?"

Nota para la facilitadora:

Puede que tenga que mencionar algunos ejemplos que tengan que fijarse en las fotos, como: limpieza, servicio, muestra de productos, precios, una sonrisa, etc.

Agenda Nº11

"Visita a Negocios Locales"

Guía Práctica

Tiempo: 1- 3 horas

1. Presentación de la Agenda
2. Actividad de Animación
3. Contenidos por desarrollar
Tema: **Visita a Negocios Locales para Observar
Técnicas de Mercadeo**



Visita a Negocios Locales

PROPOSITO:

Observar y analizar prácticas y problemas reales del mercadeo en la comunidad local.

Las participantes han pasado por la primera parte del entrenamiento discutiendo sobre el mercadeo en el lugar de reunión. Esta actividad les da la oportunidad de utilizar estas nuevas ideas en el mercado local. Aún cuando visiten negocios que ellas conocen bien, los verán de una manera diferente.

TIEMPO: 1- 3 horas

MATERIALES:

Cuatro componentes del mercadeo, papeles grandes, marcadores.

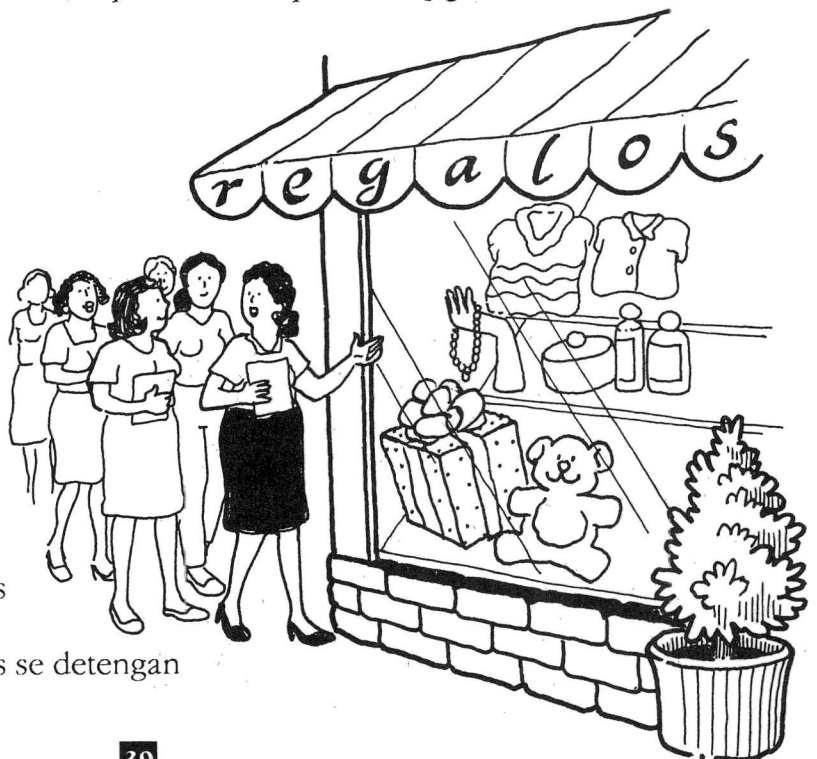
PASOS A SEGUIR:

1. Decida como organizará las visitas a las tiendas, puestos o negocios locales. ¿Desea que cada subgrupo visite el mismo negocio o negocios diferentes? ¿Cuáles negocios visitará usted? ¿Cuántos? ¿Cuál es su programa? y ¿Cómo arreglará el transporte de las participantes para las visitas?
2. Considere incluir negocios grandes y pequeños. De esta manera, las participantes pueden observar métodos de promoción y mercadeo más sofisticados. Es útil que ellas sepan que los negocios grandes también tienen problemas de mercadeo.
3. En muchas comunidades, es posible que usted tenga que contactar la gente de los negocios antes de visitarlos, para contarles sobre el entrenamiento y lo que las participantes están haciendo. A algunas personas en los negocios no les gusta que lleguen las participantes haciendo preguntas. Prepararlas para la visita ayuda a sus buenas relaciones con la comunidad.
4. Antes de salir a hacer las visitas:
5. Explique a las participantes el objetivo de estas visitas, cómo estarán organizadas y que negocios se visitarán.
6. Pida al grupo que dé ideas sobre lo que deben buscar durante las visitas. Coloque los cuatro carteles. Recuérdeles las cuatro partes del mercadeo en los carteles. Entre otras cosas deben buscar:

- Prácticas buenas o malas de mercadeo en relación a: producto, precio, distribución y promoción.
- Pensar en: *¿Qué cosas me estimulan a comprarle a esta persona? ¿Qué me desanima?*

Observar:

- Exhibición de los productos
- Servicios que dan los empleados
- Vestimenta de los empleados
- Eficiencia
- Maneras agradables
- Limpieza
- Métodos de almacenaje
- Métodos para pesar los productos
- Determinación de los precios
- Formas de empacar el producto.
- Exhibición de los precios
- Transporte
- Lemas o nombres de los productos
- Calidad y cantidad de los productos
- Conveniencia de la ubicación
- Métodos para hacer que los clientes se detengan
- Otras técnicas de ventas



Hable con las personas del negocio sobre cualquier problema de mercadeo en que usted esté interesada.

7. Al visitar los mercados locales:

- Divida las mujeres en pequeños grupos y pídale a cada uno que escriba sus observaciones.
- Permita que las mujeres tomen dos horas para recorrer la comunidad, observar y escribir sus observaciones.

8. Reporte de las visitas:

- Pida a cada grupo que reporte sus observaciones y conversaciones con los dependientes. Algunos grupos pueden reportar sobre estos temas o usted tendrá que preguntarles sobre: *La colocación del producto, servicio de los empleados, vestimenta de los empleados, eficiencia, trato, nitidez, almacenaje, conservación, método de peso, fijación de precios, transporte, términos o nombres usados en la promoción de los productos, calidad y cantidad, incentivo al cliente.*

9. Aplicar ideas a nuestros propios negocios.

- Después de los informes, pida a las participantes, que se tomen unos minutos y piensen: *¿Cómo pueden ser aplicadas estas ideas a sus propios negocios?*

10. Las tres ideas más importantes:

- Ahora pida al grupo que escoja las ideas de mercadeo más importantes de todas las que han oído. Usted puede darles un ejemplo:

Ser educadas y amables con los clientes.

Seleccionar el lugar correcto para su negocio.

Adaptar y variar su producto y presentación, de acuerdo a los gustos de los clientes.

- Trate de combinar las ideas similares y resumirlas en unas cuantas ideas principales con rapidez.



Agenda Nº12

"Mejorar las Prácticas, Resolver Problemas"

Tiempo: 2 - 3 horas

1. Presentación de la Agenda
2. Actividad de Animación
3. Contenidos por desarrollar
Tema: **Prácticas de Mercadeo, Cómo Encontrar Problemas
y Trabajar para Cambiarlos**



Mejorar las Prácticas, Resolver Problemas

PROPOSITO:

Esta actividad ayuda a las personas a revisar sus prácticas y sus problemas de mercadeo. Los debe ayudar a solucionar problemas viejos, antes de pasar a las ideas nuevas de la próxima sesión. Esta sesión podría variar en la duración, dependiendo del número de problemas y si la gente puede o no leer y escribir para que trabajen individualmente. La "Fórmula de Prácticas de Mercadeo" les ayudará a las participantes a organizar sus pensamientos, específicamente en cuanto a fijar precios para sus productos.

TIEMPO: 2-3 horas

MATERIALES:

Formularios de Prácticas de Mercadeo. (Si es posible, una copia para cada persona) papel grande y marcador, 4 carteles de mercadeo.

- Antes de la sesión, complete el "Formulario de Prácticas de Mercadeo" sobre un negocio que usted conoce, así usted entenderá el formulario y podrá ayudar a las participantes a encontrar toda la información, especialmente en cuanto a los precios. Haga copias, si es posible, para los grupos que saben leer y escribir, o copie el formulario en papel grande y péguelo.
- Si es posible, tenga al menos otra facilitadora que le ayude con los sub-grupos, mientras éstos trabajan en el Formulario de Prácticas de Mercadeo. Antes de la sesión, haga que cualquier otra facilitadora complete el formulario, para que también ella lo comprenda. (Páginas 58, 59, 60 y 61).

PASOS A SEGUIR:

1. Mirando nuestras propias prácticas:

Dígalas a las participantes:

- "Cada una hace mercadeo, aunque nunca hayan pensado cómo hacerlo. El objetivo de esta sesión es estudiar nuestras propias prácticas, encontrar nuestros problemas y soluciones para ellos."
- "Una manera de observar nuestras prácticas, es identificar a toda la gente involucrada en nuestro mercadeo, desde la producción del artículo hasta hacerlo llegar al cliente."

2. Dibuje una línea horizontal en un papel grande o en la pizarra, para que todas lo vean. Ponga una X a la izquierda y otra a la derecha de la línea.



3. Explíqueles a las participantes:

"Por ejemplo, si usted vendiera dulces, usted podría tener mucha gente involucrada desde el principio hasta el final." (Al hablarles de las siguientes personas, ponga una X en la línea que represente a cada una.

- La asistente que le ayuda a hacer los dulces.
- La empacadora que le vende el papel, en él envuelve los dulces.
- El intermediario, que toma los dulces para venderlos a un detallista mayor.
- El detallista.
- La persona con un vehículo que transporta los dulces para venderlos en una ciudad lejana.

4. Dígales a las participantes:

"Cada una de estas personas cobra por su trabajo y reduce sus ganancias. En general, cuanto más gente esté involucrada entre sus productos y el cliente, menores son sus ganancias. Pero, algunas veces, puede costar menos utilizando sus servicios que haciéndolo usted misma. Usted debe calcular cuál es la forma que más le sirve."

5. Pida al grupo ejemplos de las personas involucradas en sus negocios. Dígales:

"Luego, ustedes pensarán en cada una de estas personas y en quién representa un problema o un costo innecesario para su negocio"

- Si las participantes pueden escribir, pídale que anoten cada una de las personas involucradas en sus negocios. Pueden acudir a esta lista, cuando estén llenando el Formulario de Prácticas de Mercadeo.

6. El Formulario de Prácticas de Mercadeo.

- Pídale que formen pequeños grupos. Aquellas que tienen negocios similares, pueden desear trabajar juntas.
- En los grupos que saben leer y escribir, distribuya el Formulario de Prácticas de Mercadeo a cada participante o pegue una copia grande de ésta. En los grupos analfabetos, tome cada cartel y léales las preguntas de la fórmula, referente a ese cartel, muy lentamente: luego déle a las participantes tiempo para discutir las preguntas en pequeños grupos.

7. Dígales:

"Haremos una lista de nuestras prácticas y problemas de mercadeo, en cada una de las partes de éste: Producto, distribución, promoción y precio."

8. Encontrando soluciones (1 hora)

- Después de que hayan llenado los formularios y han discutido las preguntas, pídale a cada participante que escoja el problema o los dos problemas que le gustaría resolver primero.
- Pídeles que continúen trabajando en los grupos pequeños, encontrando soluciones a sus problemas. Explique que una por una, cada participante presentará su problema, y que las integrantes del grupo puedan ayudar a responder estas preguntas:

¿Por qué existe el problema?

¿Que podría hacer usted individualmente con respecto a éste?

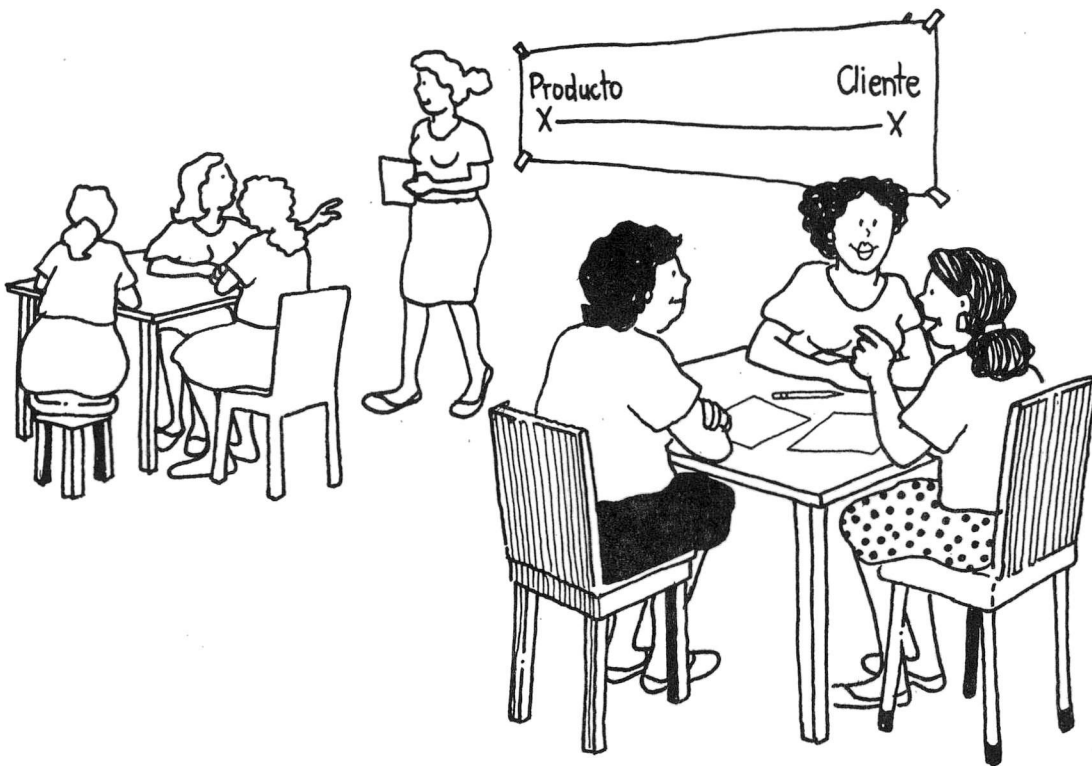
¿Necesita usted el consejo de algún experto?

¿Cuáles deben ser los primeros pasos que se deben dar para resolver los problemas?

- Si el grupo sabe leer, déle a cada grupo pequeño, una copia de estas preguntas, o cópieselas en la pizarra para que todas lo lean.

9. Dígalas que ésta es la última oportunidad formal, realmente de conseguir ayuda de las otras participantes.

10. Dele al grupo todo el tiempo que necesite para trabajar en pequeños grupos. No habrá informes al grupo entero, hoy. Usted debe visitar cada grupo pequeño, para ayudarles si tienen dificultades.



Agenda Nº13

Expandiendo Nuestros Negocios"

Tiempo: *1 y media a 2 horas*

1. Presentación de la Agenda
2. Actividad de Animación
3. Contenidos por desarrollar
Tema: **Formas de Expandir un Negocio**



Expandiendo Nuestros Negocios

PROPOSITO:

Estudiar formas de expandir un negocio y averiguar más sobre lo que los clientes necesitan y desean.

Esta sesión desarrolla ideas sobre cómo expandir sus negocios con nuevos productos complementarios, hacer que sus productos pasen de ser lujosos a ser necesidades en la mente de los clientes y crear nuevos usos para los productos existentes.

TIEMPO: 1 1/2 a 2 horas

MATERIALES:

Muestras de productos

Traiga un producto que antes era considerado de lujo en su comunidad, pero que ahora es una necesidad. Ejemplos: cepillo de dientes, bombillo de luz, bolígrafo, tela sintética.

PASOS A SEGUIR:

1. Descubriendo lo que los clientes desean, explique que:

"En esta sesión trabajaremos en muchas ideas para expandir su negocio. Pero antes de expandir su negocio, primero debe probar en el mercado y averiguar si los clientes realmente comprarán productos nuevos."

Hay dos formas de hacer esto:

- Encuestas al cliente (*preguntándole u observando a los clientes actuales*).
- Pruebas de mercado (*producir un número pequeño de un producto nuevo para determinar si se vende bien antes de producir cantidades mayores*).

2. Luego pregunte:

"¿Qué haría usted para averiguar lo que a sus clientes les gustaría comprar?"

"¿Puede pensar en algún producto que haya sido probado en el mercado y haya tenido éxito o fracaso?"

3. Formas de expandir su negocio (30 minutos)

Explique que:

"Algunas veces no somos capaces de iniciar un nuevo negocio o tenemos un mercado limitado y no podemos vender muchos de nuestros productos actuales, no importa cuánta promoción hagamos. En este caso, debemos expandir nuestro negocio actual."

Hay tres formas de hacer esto:

- *Creando necesidad de los deseos.*
- *Encontrando nuevos usos para los productos actuales.*
- *Desarrollando productos complementarios.*

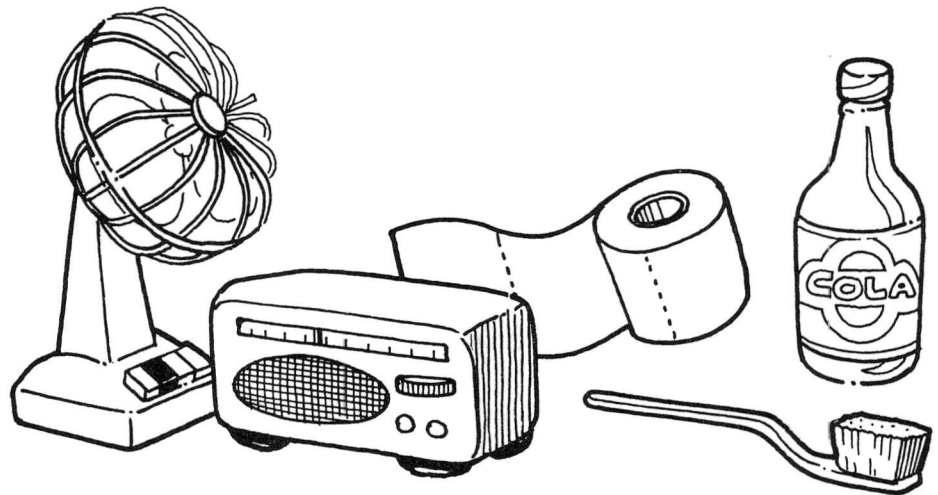


4. Creando necesidades (10 minutos)

Explique que:

"Algunas veces los productores, haciendo un buen mercadeo con sus productos, puede persuadir a la gente de que todos deben tener su producto. Gradualmente las personas se convencen de que lo que antes era un lujo, algo que creían que no necesitaban, es ahora algo necesario que deben tener."

5. Muestre algunos de los objetos que usted ha traído y sugiera ejemplos de "lujos" que sean ahora necesidades en algunas comunidades: cepillo de dientes, bolígrafo, papel higiénico, radio, ventilador eléctrico, gaseosa, zapatos, etc.



6. Pida a los participantes que den ejemplos de su comunidad.

7. Después de que hayan dado algunas ideas, pregunte:

¿Podría alguno de sus propios productos convertirse en una "necesidad" si tuviera un buen mercadeo? ¿Qué hacen los negocios para crear nuevas necesidades?.

8. Nuevos usos pra los productos (5 minutos)

Explique que:

"Otra forma de ampliar su negocio es crear nuevos usos para los productos actuales. Algunos ejemplos podrían ser las vasijas para agua, para usarlas como florero y venderlas a los turistas, o usar telas atractivas para delantales u otros artículos para el hogar."

9. Luego pregunte:

¿Pueden pensar en otro ejemplo entre sus propios productos?

Discutan brevemente.

10. Desarrollar productos complementarios (5 minutos)

Explique que:

"Una tercera forma de que muchas mujeres amplien sus negocios, es por el desarrollo de productos complementarios. Por ejemplo, si se vende leche, decidir hacer queso, yogurt, helados, como productos complementarios para vender."

11. Luego pregunte:

¿Pueden pensar en otros ejemplos de productos complementarios?

Discutan brevemente.

12. Desarrollando ideas (1 hora).

- Divida a los participantes en grupos muy pequeños (3-4 personas) y dígalas:

"Piensen en todas las ideas para ampliar su negocio mediante cualesquiera de los tres métodos: **1.** creando necesidades, **2.** nuevos usos para los productos, o **3.** productos complementarios."

"Háganlo con cada uno de sus negocios. Sean lo más creativas que puedan."

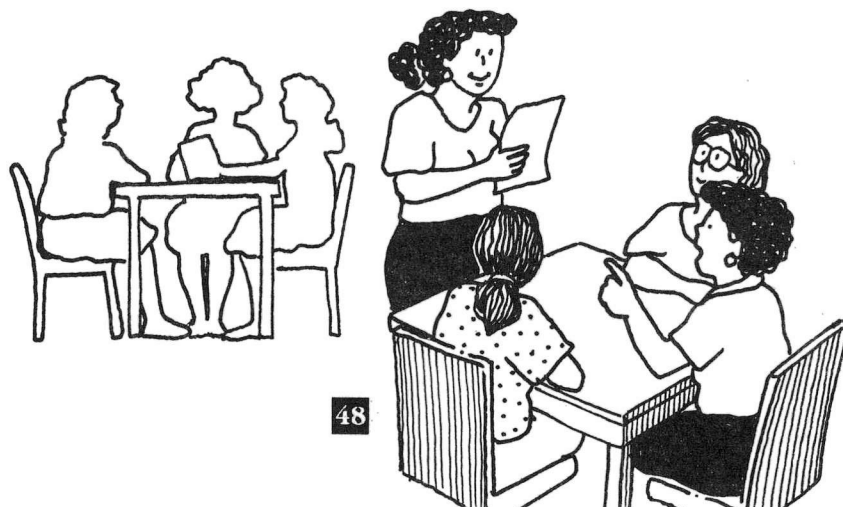
"Después de hacer una lista de las ideas escojan el negocio con las ideas más creativas y preparen una presentación para todo el grupo. Pueden presentar sus ideas en un papel o demostrarlas con sus productos. La presentación puede incluir mensajes para vender los productos."

- Dé a los grupos unos 30 minutos para prepararse y luego cinco minutos a cada uno para que haga su presentación.

13. Aplicando las ideas a nuestros propios negocios.

- Para terminar, pregunte al grupo cuáles ideas pueden usar en sus propios negocios.

Usted debe visitar cada grupo pequeño, para ayudarles si tienen dificultades.

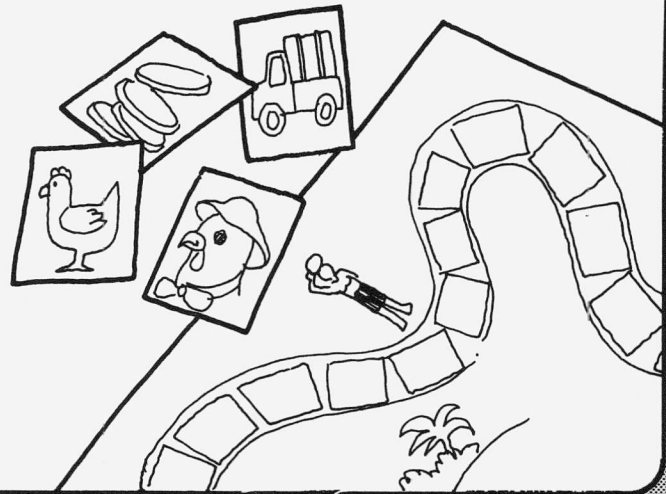


Agenda Nº14

El Juego de Mercadeo"

Tiempo: 2 a 3 horas

1. Presentación de la Agenda
2. Actividad de Animación
3. Contenidos por desarrollar
Tema: **El Juego de Mercadeo**



El Juego de Mercadeo

OBJETIVO:

Introducir los cuatro elementos del mercadeo (Producto, precio, distribución y promoción)

PROPOSITO:

El juego de Mercadeo proporciona una forma interesante y divertida de aprender sobre mercadeo. Introduzca los cuatro elementos del mercadeo, en los que está basado el resto del programa de entrenamiento. Aproximadamente 100 situaciones y problemas de mercadeo están cubiertos en el juego. Como segunda actividad en el programa de entrenamiento, el juego consigue rápidamente estimular a las participantes, sobre el hecho de aprender y trabajar juntas, resolviendo problemas de mercadeo.

TIEMPO: 2-3 horas.

MATERIALES:

Materiales e instrucciones del juego de mercadeo

Cuatro elementos sobre mercadeo

Cartel sobre algunas cosas a considerar sobre los cuatro elementos de mercadeo.

Hojas poligrafiadas para las participantes, sobre el cartel anterior.

Tarjetas para el juego

PASOS:

1. Los cuatro carteles.

- Lea el objetivo de la sesión o péguelo y haga que una participante del grupo lo lea.
- Introduzca, uno por uno, los cuatro elementos del mercadeo, usando los carteles y estas definiciones.

Producto: *El artículo o el servicio que usted está vendiendo.*

Precio: *Determinar el precio para tener ganancia*

Distribución: *Encontrar la mejor forma de distribuir el producto.*

Promoción: *Crear formas de persuadir a los clientes para que compren su producto.*

2. Al presentar cada cartel, pregúntele al grupo:

• Cuando se empieza un negocio o microempresa, *¿Cuáles son las cosas que hay que pensar con respecto a esta parte del mercadeo?*

Nota:

Después de que el grupo haya expuesto sus ideas, sugiera algunos otros puntos dados en "Algunas cosas a considerar sobre los cuatro elementos del mercadeo".



3. Después de haber discutido los cuatro elementos, dígame al grupo:

"Estas cuatro partes del mercadeo, son la base de la capacitación del programa de entrenamiento. Ya ustedes deben haber pensado mucho sobre su producto y su precio, pero poco sobre la distribución y promoción. Presten especial atención a estas áreas."

4. El juego de mercadeo. (Ver instrucciones del juego)

5. Evaluación.

- Después de que el juego ha finalizado, conduzca una discusión, haciendo estas preguntas:

¿Qué aprendió de este juego?

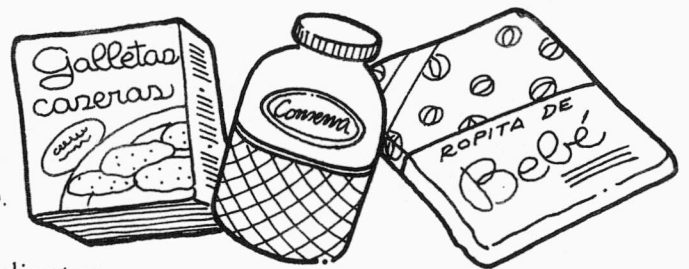
¿Qué nueva información o ideas aprendió sobre mercadeo?

¿Cómo puede utilizar esta información en su propio negocio o microempresa?

- Realice un resumen, dándole a cada mujer una copia de la hoja "**Mercadeo**". (Páginas 63 y 64).

Guía para Elaborar el Cartel de Aspectos a Considerar sobre los Cuatro Elementos de Mercadeo

NOTA: Si las participantes saben leer, haga una gran copia de éste para pegarlo o dele a cada una su propia copia. Muestre esta lista después de que las participantes hayan expuesto sus propias ideas.

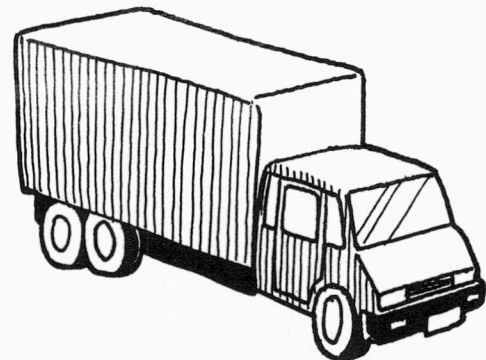


PRODUCTO:

- El artículo o el servicio que usted está vendiendo.
- Decidir que producto vender.
- Decidir cuál producto llamará la atención de los clientes.
- Recordar que a los clientes les interesa que el producto que le vendamos:
 1. Tenga calidad
 2. Sea ofrecido a un precio justo.
- Averiguar si en el mercado se venden productos similares al que esperamos vender, a qué precios se venden, y qué les gusta o les disgusta a los clientes de ellos.
- Encontrar materia prima de calidad a buen precio.
- Decidir cuántos productos pueden ser fabricados dentro de un tiempo específico.
- Mejorar la calidad del producto.
- Hacer un empaque más atractivo.

DISTRIBUCION:

- Hay que tener en cuenta cómo haremos para hacer llegar nuestro producto a los clientes.
- Encontrar la mejor forma de distribuir su producto.
- ¿Quién debe vender su producto?
- Utilizar un detallista o vender directamente
- Utilizar un intermediario.
- Hacer llegar su producto al mercado o al cliente.
- Tipo de transporte
- Costo del transporte
- Cooperación con otros negociantes.
- Dónde vender: casa por casa, mercados, tiendas.
- Métodos de almacenaje y costos.
- Si los productos corren el riesgo de descomponerse rápidamente, se debe utilizar un sistema de transporte que garantice la calidad del producto.



PRECIO:

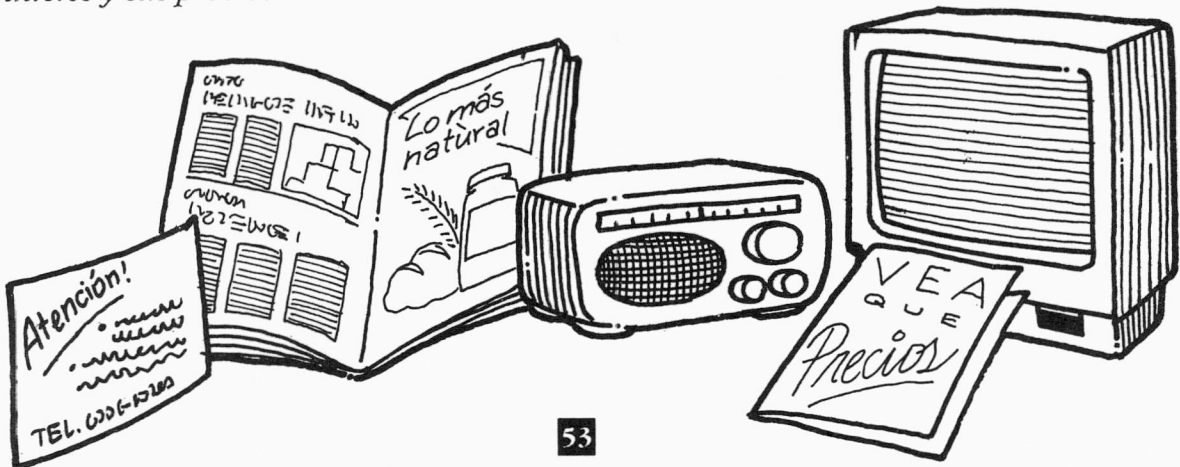
- Determinar el precio para tener ganancias:
- Determinar el valor que he agregado a mi producto
- Determinar el mayor beneficio.
- Determinar el nivel de supervivencia
- Conocer el nivel de ingresos de mis clientes.
- Conocer los precios de mis competidores.
- Margen de ganancias sobre costos
- Precio de productos de competidores
- Precios especiales para ventas rápidas
- Precios especiales para atraer clientes a la tienda
- Decidir si la compra del cliente es por el precio o por la calidad.
- Cambios de precios en las diferentes estaciones del año.



PROMOCION:

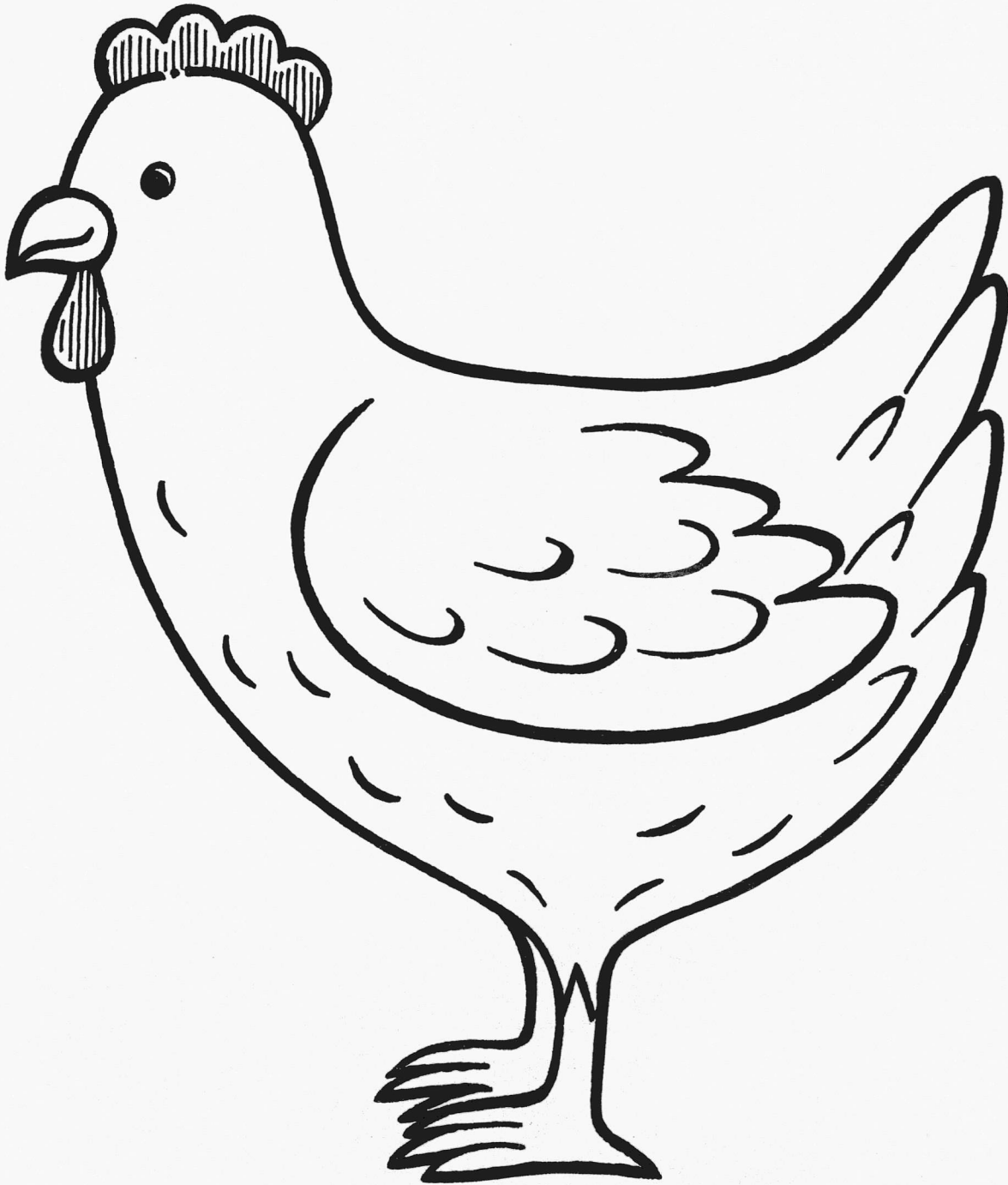
Crear formas de persuadir a los clientes para que compren nuestros productos.

- Exhibición del producto en la tienda
- Rótulos con los precios
- Rótulos con información sobre el beneficio del producto para el cliente.
- Maneras de los vendedores.
- Limpieza y vestimenta de los vendedores
- Cosas para atraer a un cliente a visitar un negocio
- Formas de introducir un producto nuevo, como por ejemplo, muestras gratis
- Formas de anunciar con rótulos, música, parlantes
- Situación y condición del negocio
- Demostración de cómo usar el producto
- Crear mensajes sobre el producto
- Apariencia atrayente del negocio y de la forma en que están dispuestos los productos.
- Crear una imagen del producto en la mente de los clientes.
- Los medios para promocionar mis productos: *televisión, radio, prensa, volantes, lista de productos y sus precios.*



PRODUCTO

*El artículo o servicio
que usted está vendiendo.*



PRECIO

*Determinar el precio justo
para obtener ganancias.*



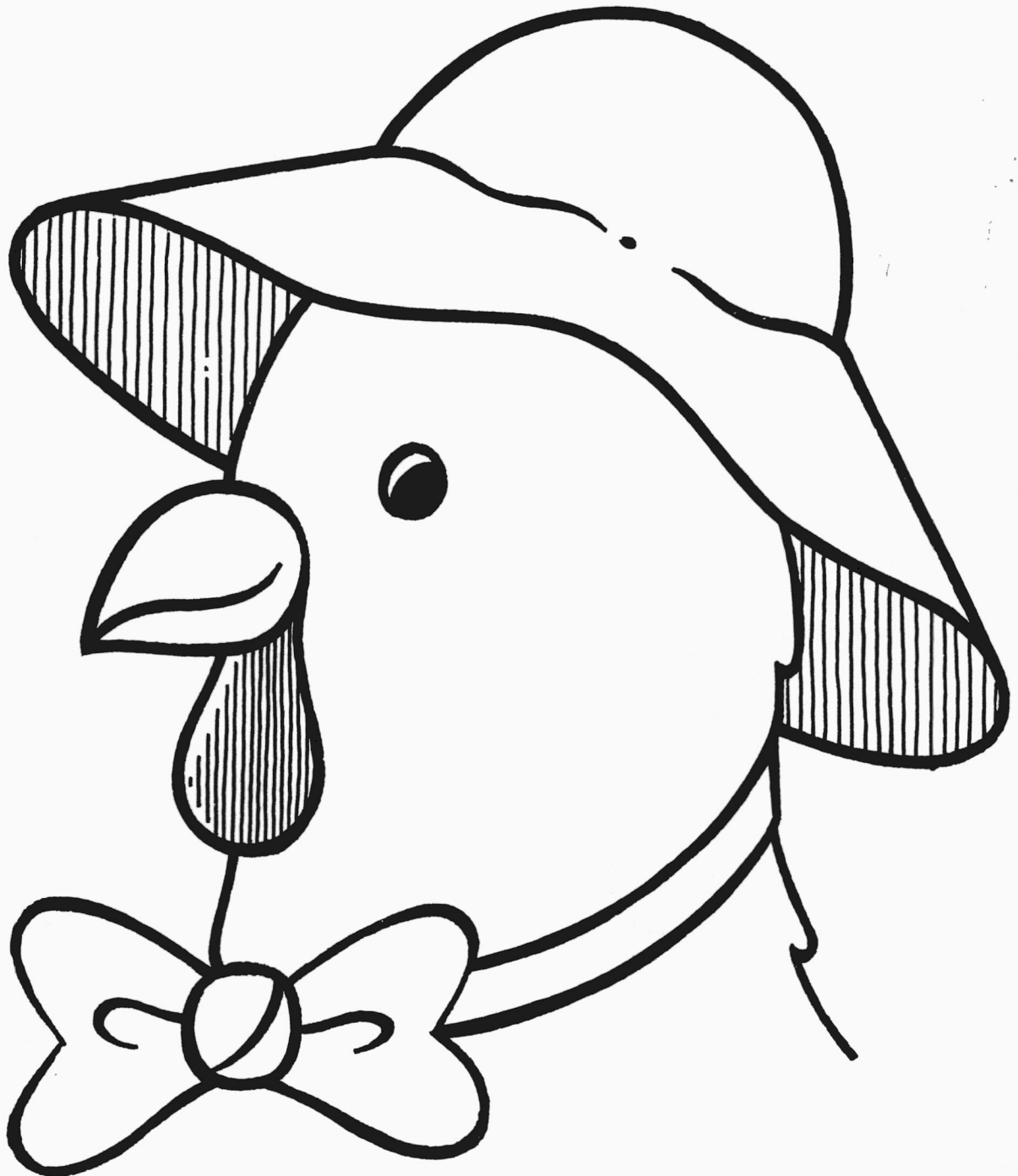
DISTRIBUCIÓN

*Encontrar la mejor forma
de distribuir su producto.*



PROMOCIÓN

*Crear formas de persuadir a los clientes
para que compren su producto.*



FORMULARIO DE PRÁCTICAS DE MERCADEO

Hoja 1 de 4

Nombre: _____

Negocio: _____

Cómo mercadeo mi producto

Producto: *El artículo o el servicio que estoy vendiendo.*

¿Por qué los clientes me compran a mí en vez de otras vendedoras? _____

¿Cómo puedo averiguar cuáles cambios o nuevos productos le gustarán a mis clientes? _____

¿Debo mejorar mi producto? _____

¿Debo producir más o menos. _____

¿Cómo puedo mejorar mi proceso de producción o reducir los costos de producción? _____

¿Cuáles problemas tengo en cuanto a lo que produzco? _____

Problemas con mi producto



FORMULARIO DE PRÁCTICAS DE MERCADEO

Hoja 2 de 4

Distribución: *Encontrar la mejor forma de distribuir mi producto*

¿Se vende mi producto en el lugar más conveniente para mis clientes? _____

¿Cómo puedo distribuirlo en la forma más económica? _____

¿Puedo reducir los costos de transporte o de almacenaje? ¿Cómo? _____

¿Cómo puedo mejorar la distribución o reducir costos cooperando con otras vendedoras o vendedores? _____

¿Cuáles otros problemas tengo sin resolver en cuanto a la distribución? _____

Problemas de distribución



FORMULARIO DE PRÁCTICAS DE MERCADEO

Hoja 3 de 4

Promoción: *Crear formas de persuadir a los clientes para que compren mi producto.*

¿Cómo hago para que los clientes conozcan mi producto? ¿Qué más podría hacer? _____

¿Tengo un buen nombre o lema para mi producto que lo diferencie del producto de otro vendedor? ¿Cómo puedo mejorarlo? _____

¿Hay nuevas maneras de hacer que los clientes visiten mi negocio o que permanezcan allí más tiempo cuando lo visitan? _____

(Ver ejemplos abajo).

Algunos ejemplos de promoción

- ✓ Dé muestras gratis
- ✓ Desarrolle un lema para su negocio o un nombre especial para su producto.
- ✓ Use un altoparlante o un volante para anunciarse en el mercado.
- ✓ Suene campanas para atraer a los clientes a su tienda.
- ✓ Demuestre el uso de su producto en la tienda.
- ✓ Utilice exhibiciones, rótulos o empaques interesantes para vender su producto.
- ✓ Sirva refrescos a sus clientes.
- ✓ Encuentre otro artículo popular en el pueblo que todos compren y véndalo en su tienda para atraer a clientes.



¿Cuáles problemas en cuanto a promoción deseo resolver? _____

Problemas de promoción _____

FORMULARIO DE PRÁCTICAS DE MERCADEO

Hoja 4 de 4

Precio: *Determinar un precio para tener ganancia.*

¿Cómo determino mi precio? _____

Cuánto cobran otros negociantes? _____

¿Qué pasaría si bajase mi precio? ¿Y si lo subo? _____

"Costo más ganancia" es un método que muchos negocios utilizan para determinar precios. *Veamos:*

Costo + Ganancia = Precio

1. Haga una lista de sus costos mensuales:

Materiales _____	¢ _____
Transporte _____	¢ _____
Equipo _____	¢ _____
Mano de obra / salarios _____	¢ _____
Empaque _____	¢ _____
Promoción _____	¢ _____
Pago de préstamos / Impuestos _____	¢ _____
Otros _____	¢ _____
Costos Totales _____	¢ _____

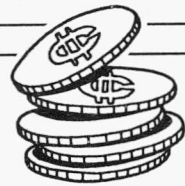
2. Ponga el número de artículos que produce cada mes

3. Divida:

Ejemplo:

Costos (Total del N° 1)
_____ entre _____ = Costo por artículo
Artículos (Total del N° 2)

Costos: $\text{¢}1.000$ por mes
_____ entre _____ = $\text{¢}50$ por artículo
20 artículos



4. ¿Cuánto le agrego al costo de cada artículo para mi ganancia? ¿Cuál es una cantidad razonable que le puedo agregar? ¿Cómo sé que es razonable? Nota: Las encuestas de mercadeo son una buena manera de averiguar cuánto están dispuestos los clientes a pagar.

5. Sume el costo por artículo más el margen de ganancia en cada artículo y tendrá su precio de venta.

Ejemplo: 50 colones (costo por artículo) + 10 colones (ganancia) = 60 colones (Precio de venta)

"Así Ocorre"



Rosa: Mirá, vamos a tener que hablar con las otras compañeras y decirles que las bolsas no se venden. Ayer nos llamaron de la cooperativa y nos dijeron que de ahora en adelante no recibirán nuestros productos porque la gente no las compra.

Elena: ¿Y los otros almacenes qué han dicho?

Rosa: No hay otros almacenes, la cooperativa es el único lugar adonde llevamos las bolsas.

Elena: ¿Y eso por qué?

Rosa: Creo que las mujeres estuvieron tan ocupadas en organizar la producción, que descuidaron la venta. Me temo además que les da vergüenza salir a vender el producto.

Elena: ¿Eso es todo, o hay otros problemas?

Rosa: En realidad hay varios, pero creo que lo peor que ha pasado es que las mujeres vendieron las bolsas a tan bajo precio que las ganancias no justificaron las horas de trabajo que ellas emplearon en fabricarlas.

Elena: ¿Y por qué las ofrecieron a ese precio?

Rosa: En realidad yo no estoy muy segura. Me parece que al hacer las cuentas incluimos el costo de los materiales, pero se nos olvidó agregar el de la mano de obra, el alquiler del local y muchos otros gastos. Ahora muy pocas compañeras quieren continuar, ya que todas estamos muy desilusionadas. Yo estoy muy triste, porque con esta situación tan mala necesitábamos tanto el dinero... creo que vamos a tener que reunirnos de nuevo para ver cómo podemos seguir adelante con el negocio.

(Esto le pasó a un pequeño grupo de mujeres en Venezuela. Desafortunadamente, ocurren muchos casos parecidos en todas partes. ¡Tratemos de que esto no nos suceda a nosotras!)



Juego de mercadeo

Instrucciones

Objetivos:

- Introducir los principales componentes del mercadeo: producto, precio, promoción y distribución.
- Ayudar a las empresarias a encontrar soluciones a sus problemas comunes de mercadeo.

Preparación de los materiales:

1. En el juego las mujeres pueden participar ya sea individualmente (4 a 6 personas) o por equipos (de 2 a 3 personas por equipo).
2. Se necesita un tablero para cada grupo. *Por ejemplo: si juegan 24 personas, divididas en grupos de 4, necesitará 6 tableros si juegan individualmente o 3, si lo hacen en parejas.*
3. Haga copias del tablero que quí se incluye. Puede fotocopiarlo en partes y pegarlas juntas, luego es preferible que lo monte sobre un papel grueso o una cartulina.
4. Lea los cinco grupos de tarjetas que concuerdan con los cinco símbolos del tablero. De ser necesario, haga cambios en las tarjetas o agregue temas que sean apropiados para sus participantes o su comunidad. Se necesita un juego de tarjetas para cada tablero. Fotocopie las páginas de tarjetas, recórtelas y divídalas en cinco grupos, cuidando de no mezclar tarjetas de grupos diferentes.
5. Cada persona necesita una ficha para mover en el tablero. Puede utilizar piedrecillas de varios tipos, palillos de colores, botones, etc.)
6. Cada jugadora puede moverse de 1 a 4 casillas cada vez. Busque la forma de determinar el número de espacios. *Por ejemplo: tirar cuatro piedras al aire y coger las que se puedan en la palma de la mano. Otro método consiste en escribir los números 1, 2, 3 y 4 en pedazos de papel, ponerlos en una caja o sombrero y que las participantes saquen un número.*

Preparación para las coordinadoras

1. Tenga una coordinadora por tablero, sea una facilitadora, amiga o colega o una participante que sepa leer. La coordinadora debe leer las tarjetas, mantener el interés sobre el juego y estimular las discusiones sobre temas de mercadeo. Si las participantes sirven de coordinadoras, la facilitadora puede ir de grupo en grupo, para ayudarles con los problemas y la discusión.
2. Muestre el tablero a las coordinadoras antes de la sesión. Explíqueles los símbolos y lean juntas las instrucciones (¿Cómo Jugar?). Traten de jugarlo antes de la sesión.
3. Discuta estas ideas con las coordinadoras:
 - El objetivo de este juego es estudiar el mayor número posible de ideas y de problemas de mercadeo. Se debe animar a las participantes a discutir las opciones, pero la discusión sobre una misma pregunta no debe ser muy larga. Este será el trabajo más difícil para las coordinadoras.

- Cuando las jugadoras den soluciones a los problemas de las tarjetas, la coordinadora debe preguntarles a las demás lo que piensan. Si la coordinadora tiene una opinión debe manifestarla, después de haber animado a las otras a dar sus ideas. Las participantes, no la coordinadora, son las que deben hablar más y sentirse estimuladas por ser las más interesadas en el mercadeo de sus propios negocios. Esta puede ser la primera vez que ellas realmente piensen sobre el mercadeo.
- Puede haber más de una solución para un problema. Algunas veces, para mantener el juego en movimiento, la coordinadora deberá decir algo como esto: *"Ahora pasemos a la siguiente persona, hay muchas buenas ideas, incluyendo la de la persona que sacó la tarjeta... Su solución no es la única, pero es aceptable y se puede mover un lugar adelante..."*
- Después de que hayan dado las respuestas falso/verdadero, haga preguntas para estimular el pensamiento y la discusión. Haga preguntas como: *¿Por qué cree usted que....? o ¿Qué pasaría si...?*

¿Cómo Jugar?

1. Arregle los tableros y grupos de cartas (en cinco grupos por tablero) en su lugar de reunión. Reúna a las personas o equipos alrededor de cada tablero.
2. Explique el significado de los cuatro símbolos de mercadeo (si no lo ha hecho en la actividad anterior). Explique que la cara de mujer simboliza un problema de mercadeo general.
3. Lea estas instrucciones a las participantes y pregúnteles si necesitan mayor explicación sobre algún punto en particular:
 - Para completar el juego, cada persona o equipo debe moverse por los espacios hasta el final del tablero.
 - En cada grupo, una coordinadora se encargará de leer las preguntas.
 - Escoja una ficha para representar a cada persona o equipo.
 - Decida quién va primero y luego tomen sus turnos.
 - Se avanza un máximo de cuatro espacios, según el método acordado.
 - Saque una carta que concuerde con el espacio al que se llegó.
 - En las cartas de:



otra persona (coordinadora) la lee y usted contesta "falso" o "verdadero." Haga que la coordinadora lea la respuesta. Si contestó correctamente, adelante un espacio, si no contestó, permanece en el mismo lugar. El grupo puede discutir la respuesta que usted dió.

- En la tarjeta de:



usted debe dar la mejor solución posible al problema. El grupo debe discutir el problema y sugerir ideas. Si la coordinadora decide que su respuesta es correcta, entonces puede moverse un espacio adelante.

- Al llegar al final, puede ayudar a otras hasta que todas completen el trayecto.