

## Etapas del Mercadeo

### 1. ESTUDIO DE MERCADO

Durante esta etapa de la comercialización las personas que quieren iniciar un negocio establecen los datos y cifras específicas para determinar:

- Qué vender
- Por cuánto vender el producto.
- A quién vender.
- Cómo hacerlo llegar al consumidor.

### 1. PLANIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Durante esta etapa es necesario establecer cuáles son las características del producto que se va a fabricar de tal manera que sea:

- Un producto o servicio que la gente quiera comprar.
- Que se pueda comprar con los recursos disponibles.

"...Debemos saber qué podemos producir de acuerdo a nuestras posibilidades...Un estudio de mercado indica que se venderían bien ciertas blusas, pero ¿Podemos producirlas? ¿Tenemos las máquinas necesarias para hacerlo? ¿Somos suficientes o necesitamos más personal? ¿Podemos conseguirlo? ¿Otros talleres producen lo mismo? ¿Podemos competir con ellos? ¿Qué cantidad producir? ¿Cómo es el producto y su calidad? ¿Por qué lo comprará el público?"

### 1. DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Para decir el precio del artículo o servicio que se va a ofrecer, generalmente de observa en qué cantidad se ofrece el producto y qué tanto está siendo solicitado o demandando por los compradores. Pero también es necesario tener en cuenta:



## 2. PROMOCIÓN Y VENTAS

Durante esta etapa es necesario establecer la campaña que dé a conocer al público el producto o servicio que el negocio ofrece. La promoción consigue que: El cliente conozca el artículo y sienta la necesidad de comprarlo.

Un pequeño negocio o empresa que apenas se inicia no puede gastar mucho dinero en campañas de promoción. No obstante existen formas eficaces que no resultan muy caras y que se pueden poner en práctica fácilmente como: hojas, volantes, afiches, carteleras, folletos, avisos de neón, tarjetas, altoparlantes, murales, personas sandwich (cartel que se coloca alguien con avisos por delante y por detrás), clientes satisfechos, vendedoras y lo que usted puede crear.

## 3. DISTRIBUCIÓN

Durante esta etapa se crea un plan que determina la manera de hacer llegar EL PRODUCTO AL CLIENTE. Es necesario desarrollar un plan que indique cómo se van a vender los productos al público. Si se van a vender directamente o si se necesita un intermediario. Si es necesario transportar los productos, ¿qué clases de transporte es el adecuado? Si es necesario abrir un almacén o lugar de distribución y venta, o si se emplearán almacenes, cooperativas, casas comerciales ya establecidas que vendan el producto,. Si se va a vender de casa en casa, en carros ambulantes, etc. Si se venderá únicamente en el mercado más cercano, en toda la ciudad, en el resto del país, etc.

## 4. ENCUESTA DE MERCADEO:

Para responder algunas preguntas que deben hacerse en una investigación de mercado, piense en su propio negocio o empresa. ¿Puede responder todas las preguntas que se presentan a continuación? ¿Si necesita más información sabe dónde obtenerla?

### Defina su mercado:

#### 1. ¿Quién va a comprar su producto o servicio?

Edad \_\_\_\_\_ Sexo \_\_\_\_\_ Posición Social \_\_\_\_\_

#### 2. ¿Dónde viven las personas que van a comprar su productor o servicio?

En su barrio \_\_\_\_\_ En otros barrios \_\_\_\_\_ En todo el país \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

### El cliente:

#### 1. ¿Quiénes serán sus competidores?

Enumérelos  
\_\_\_\_\_

¿Cómo y por qué compite con ellos?

---

### Pruebe el Mercado:

Es necesario que usted prepare una pieza o muestra del servicio o producto que piensa vender y que haga un muestreo en algunos de los almacenes, cooperativas, etc. que haya identificado como posibles clientes.

1. **¿Le gusta el producto?** Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
2. **¿Por qué le gusta?** La calidad \_\_\_\_\_ El diseño \_\_\_\_\_ Los Materiales \_\_\_\_\_  
El terminado \_\_\_\_\_ El Precio \_\_\_\_\_

3. **¿Por qué no le gusta?**  
\_\_\_\_\_

### 1. CONTROL DE CALIDAD

El proceso de mejoramiento de calidad de su producto requiere tener en cuenta los siguientes pasos:

- Prepare una muestra del producto que satisfaga sus expectativas.
- Decida qué variaciones o hasta qué punto admite variaciones de la muestra escogida.
- Cree un orden definido de producción. Por ejemplo en la manufactura de blusas: primero se revisa la tela, luego se traza, enseguida se corta, etc.
- Fije unas exigencias para cada etapa u orden de producción y controles, para asegurarse que éstos se respeten y cumplen debidamente.
- Sea flexible, cree y varíe los controles de producción cuándo y dónde lo considere necesario.
- Finalmente, debe fijar un margen de tolerancia. Es decir, las variaciones aceptables en la calidad de cada artículo que su negocio o grupo producen.