

Introducción al Manejo Económico

2006



El mercado en el entorno Factores

No controlables

Precio (cuando control del gobierno)

Regulaciones

Del Medio Ambiente

Controlables

Publicidad

Promoción

Distribución

Ventas

Servicios

Posventa

El mercado en el entorno

Factores

No controlables

Situación económica del País

Competencia

Consumidor

Controlables

Producto

Posicionamiento

Marca

Empaque

Presentación

Precio

Investigación de mercados

1. Sirve para tomar decisiones oportunas.
2. Es una herramienta de planeación.

Tipos:

- Exploratorios
- Descriptivos

Análisis de la demanda

Es importante conocer características del mercado de artesanías:

1. Tamaño
2. Segmento
3. Tendencias

Analisis de la demanda

Se identifican las características del comprador, para lo cual es necesario responder:

- Qué compra?
- Quién Compra?
- Dónde Compra?
- Por Qué Compra?
- Cómo Compra?
- Cuándo Compra?
- Qué Cantidad Compra?

Análisis de la competencia

Medio ambiente general

- Condiciones Económicas
- Tendencias Tecnológicas
- Clima Político

Analizar medio ambiente interno

- Recursos y Habilidades del Mercado
- En su taller o comunidad

Análisis de la competencia

- Quienes Somos?
- Características del Competidor
- Debilidades
- Fortalezas
- Futuro Ambiente a Competir

Factores de mercadeo

Empaque

1. Nombre (adecuado al producto)
2. Etiqueta (transmitir imagen)
3. Embalaje (Identifica formalmente)

Factores de mercadeo

Precio

- Reacciones del comprador ante cambio
- Política de Precios
- Como establecer variación en el precio
- Como nacemos a un precio competitivo
- Que tan importante es el precio por el competidor

El mercadeo en el entorno Factores

Promoción y Distribución

1. Canales adecuados
2. Ventajas
3. Rentabilidad
4. Adecuación al consumidor

Distribución

- A quién?
- Ventajas
- A cuantos?
- Desventajas

Posicionamiento

- Es ubicar el producto en el lugar que corresponda

Estrategias



Factores para fijar precio

- Oferta del Producto
- Demanda del Producto
- Competencia
- Participación en el mercado
- El costo del producto
- Imagen del producto
- Nivel de recordación
- Utilidad o margen de contribución prefijado

Descuento —————> por pronto pago
—————> Por volumen
—————> Adicionales

Costos del taller

- De materias primas
- De mano de obra directa
- Financieros de inventarios
- De mano de obra directa
- De transporte
- De venta
- De empaque
- Gastos Generales (Arriendo, servicios, papelería)
- Costos Financieros por plazo en el pago del proveedor