



codespa

Proyecto Red Emprende: Ecosistema de emprendimiento y empleo digno
para 1.500 jóvenes y mujeres de los Departamentos de Sololá, Sacatepéquez y Chiquimula



CURSO MERCADEO Y VENTAS

Una iniciativa en el marco del Programa de Empleo Digno de la Unión Europea con el Ministerio de Economía



Programa Empleo Digno

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse al proyecto
Red Emprende.

Publicación de PRODETUR ONG Red Emprende Sacatepéquez

Copyright © Red Emprende, 2023

Todos los derechos reservados

Contenido: Juan José Alvarado

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CURSO.....	5
3. OBJETIVOS	5
3.1 Objetivo general.....	5
3.2 Objetivos Específicos	6
4. COMPETENCIAS A DESARROLLAR	6
4.1 Competencia General	6
4.1.1 Desarrolla mentalidad estratégica para implementar conceptos de mercado y ventas en la empresa:	6
4.2 Competencia específica	7
4.2.1 Desarrolla estrategias básicas empresariales que impulsen su emprendimiento o MYPIME:.....	7
5. PERFIL DEL CURSO	7
5.1 Perfil de ingreso.....	7
5.2 Perfil de egreso	8
6. MÓDULO I	8
6.1 Descripción general del módulo.....	8
7. MÓDULO II	9
7.1 Descripción general del módulo.....	9

1. INTRODUCCIÓN

En Guatemala, según el Ministerio de Economía, el parque empresarial guatemalteco está conformado por el 90.34% de microempresas, 8.42% de pequeñas empresas, 0.90% de medianas empresas y 0.34% de grandes empresas; siendo un total de 481,570 empresas registradas, esto para el año 2017 y según el Informe de situación y evolución de la MIPYME de Guatemala 2015-2017. Al observar estas cifras, se puede constatar que la MIPYME contribuye a la sobrevivencia de muchos guatemaltecos, en vista de las altas tasas de desempleo que se registran en el país, por el poco dinamismo de la actividad económica, lo que ha contribuido a la problemática social de la migración de muchos guatemaltecos.

Para el caso de Sacatepéquez, el Ministerio de Economía de Guatemala, refiere que el 4% del total de las empresas del país se encuentran en esta región, existiendo 17,003 empresas activas y 13,698 inactivas; lo que genera un parque empresarial de 30,721 empresas. Adicional a ello, las micro, pequeñas y medianas empresas generaron a nivel nacional Q. 223,672.79 millones, exportando aproximadamente Q. 35,746.94 millones en productos como frutas y frutos comestibles, café, té, hierba mate, especias, jabón, etc.; lo que representa una oportunidad que propiciar crecimiento mediante la formación profesional y técnica. Además, ha generado crecimiento y mejora de ingresos individuales y la dinamización del sistema económico.

Lo anterior, hace necesario considerar la implementación de planes de formación profesional y técnica que fortalezcan las capacidades empresariales, con la finalidad que puedan desempeñarse eficiente y eficazmente, para fortalecer y hacer crecer los negocios.

A partir de lo antes expuesto, se ha diseñado el curso de mercadeo y ventas, pues busca fortalecer el área comercial de los emprendedores y de las micro y pequeñas empresas -MYPYME's- del departamento de Sacatepéquez. Este persigue como propósito, el desarrollo de una mejor planificación preliminar mercadológica y la implementación práctica en el mercado de las estrategias que diseñan y cuya meta deberá ser el incremento de las ventas. El programa del curso se hace en el marco del proyecto RED EMPRENDE de la Unión Europea, que desarrolla PRODETUR, institución garante de la calidad pedagógica y didáctica de este proceso.

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CURSO

El curso comprende una primera aproximación a la estructura comercial que cualquier negocio debe tener e implementar basada en la teoría del mercadeo como eje conductor de todas las ideas creativas para impulsar la venta de productos y servicios que realizan emprendimientos, micro y pequeñas empresas.

El enfoque del curso parte de una visión introductoria del mercadeo como proceso de planeamiento estratégico coherente y contextualizado a la realidad que viven los negocios en el mercado que compiten, lo que permitirá presentar una visión local de la estrategia y sus aportes al éxito comercial. El carácter práctico de este curso y su metodología de rápida aplicación a los negocios en marcha, ofrece un manejo sencillo, claro y de fácil comprensión sobre las diversas herramientas de planeamiento comercial eficaces para orientar las ventas.

El curso formativo de mercadeo y ventas es de naturaleza teórica en un 50% y práctica en el otro 50%. Su metodología de formación es híbrida, pudiendo impartirse mediante, sesiones sincrónicas virtuales y trabajo asincrónico. Este curso contribuye al desarrollo profesional del participante, al introducirlo al mercadeo como una filosofía empresarial y no como una función aislada dentro de la MYPYME. Le proporcionará los fundamentos del *marketing*, a la luz de las tendencias actuales, los que ayudarán a comprender la disciplina durante su formación y a afrontar desafíos complejos en los que el mundo comercial está inmerso, esto a través de casos de estudio.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

Desarrollar competencias teórico prácticas sobre mercadeo y ventas en el emprendedor o propietario de la MYPYME, las que le permitan implementar estrategias concretas para el crecimiento de sus negocios e incidan positivamente en los procesos y resultados empresariales.

3.2 Objetivos Específicos

- Identificar segmentos de mercado atractivos para el emprendimiento, la micro o pequeña empresa que poseen los participantes para el fortalecimiento de los mismos.
- Conocer los elementos básicos de la mezcla de mercadeo, evaluar la congruencia entre sus variables lo que permita el análisis de la competencia y con ello implementar mejores experiencias.
- Establecer elementos básicos del proceso de ventas para su planificación y a partir de estos desarrollar un pitch de ventas que proyecte diferenciación a los clientes.

4. COMPETENCIAS A DESARROLLAR

4.1 Competencia General

4.1.1 Desarrolla mentalidad estratégica para implementar conceptos de mercado y ventas en la empresa:

Piensa en estrategias de mercadeo y ventas básicas para impulsar su emprendimiento o MYPYME en el entorno local.

Elemento	Nivel de dominio	Resultado de Aprendizaje
Pensamiento estratégico	Define y organiza diferentes acciones de mercadeo para abordar clientes definidos.	Conoce y sabe aplicar de forma congruente y estratégica los elementos básicos de mercadeo y ventas en su negocio.

4.2 Competencia específica

4.2.1 Desarrolla estrategias básicas empresariales que impulsen su emprendimiento o MYPIME:

Diseña estrategias de mercadeo y ventas básicas para impulsar su emprendimiento o MYPYME en el entorno local.

Elemento	Nivel de dominio	Saberes	Resultado de Aprendizaje
Contexto Empresarial	Identifica elementos internos y externos del contexto empresarial.	MÓDULO I MÓDULO II	Analiza la dinámica del proceso de consumo y la forma que favorece el aprovechamiento de oportunidades de su negocio.
Estrategia empresarial	Implementa estrategias básicas empresariales que permitan el logro de los objetivos del emprendimiento o microempresa.	MÓDULO II	Caracteriza el <i>marketing</i> centrado en el cliente dentro del ámbito gerencial.

5. PERFIL DEL CURSO

5.1 Perfil de ingreso

Para la participación en este curso, cuya dinámica busca la fácil comprensión y el aprendizaje significativo, el participante debe reunir el siguiente perfil mínimo:

- Poseer estudio mínimo del nivel primario (sexto primaria aprobada).
- Desempeñar una actividad económica de auto sostenimiento (emprendimiento, negocio propio).
- Estar realizando por lo menos más de una venta.
- Saber leer y escribir.
- Poseer y saber utilizar un dispositivo tecnológico, como teléfono móvil, tablet, *laptops* o computadoras de escritorio, entre otros.

- Poseer habilidades básicas para el manejo de *softwares* y plataformas virtuales como *Google Meet, Google Drive*.
- Contar con acceso a conectividad.
- Manejar redes sociales como Facebook, WhatsApp.
- Tener deseo de superación y proactividad.

5.2 Perfil de egreso

El participante al finalizar este curso, podrá realizar las siguientes acciones comerciales:

- Ordena la estrategia comercial de su negocio basada en el *marketing mix*.
- Define detalladamente el segmento de mercado específico para canalizar los esfuerzos comerciales.
- Analiza estratégicamente su entorno para evaluar variables que pueden afectar su emprendimiento o MYPYME.
- Desarrolla una estructura como propuesta de valor, la que se verá reflejada en la creación de su *pitch* de ventas.
- Diseña estrategias básicas de mercadeo para potenciar las ventas de sus emprendimientos o MYPYME.

6. MÓDULO I

6.1 Descripción general del módulo

Este módulo comprende el abordaje de diversos temas, estos relacionados con las bases del mercadeo y las ventas. En primer un primer momento, busca que el participante aprenda conceptos básicos que se manejan sobre comercialización y los diferentes tipos de mercados.

Para todo emprendimiento y MYPYME es importante conocer su entorno; por ello, se busca que desarrolle aprendizajes sobre los dos ámbitos de análisis situacional como el microentorno y el macroentorno.

El participante podrá conocer y aprender a utilizar las diferentes herramientas estratégicas para análisis como: El FODA, FODA estratégico, análisis competitivo de Porter, ciclo de vida del producto, análisis Pestel y análisis de la matriz de Ansoff. En tal sentido, el

proceso favorecerá que el participante interactúe con estas, pudiéndolo hacer, mediante el trabajo práctico que complementará su aprendizaje luego de participar en los espacios sincrónicos o asincrónicos.

Un tercer momento de estudio, permitirá conocer la mezcla de mercadeo compuesta por las 4 p's, como modelo integrado de variables comerciales que en armonía garantizan el éxito comercial de un producto y el cual se complementa con tres variables más vinculadas a los servicios.

Finalmente, el participante aprenderá a definir específicamente al cliente, para esto, podrá utilizar la estrategia de segmentación de mercados. Conocerá las cuatro principales variables que perfilan el segmento; así como, otras herramientas para profundizar más en su identidad. Lo que permitirá que el emprendedor canalice sus esfuerzos comerciales enfocados en un grupo de personas que tiene altas posibilidades de adquirir los bienes que se ofrecen.

7. MÓDULO II

7.1 Descripción general del módulo

Este módulo desarrollará dos temas fundamentales para comprender la mejor forma de vender. Persigue como propósito, que el participante conozca la forma como el consumidor compra y cuáles son las variables que influyen en su decisión.

El participante luego de conocer este proceso, iniciará con redactar sus principales argumentos de venta; los que se convertirán en su *pitch* comercial. Este ejercicio contribuirá a que se tomen en cuenta las objeciones que el cliente maneja en contra de su producto o servicio; y a partir de esto, pueda dar respuesta de manera convincente.

Finalmente, el participante conocerá técnicas de venta conocidas, con el objetivo de aplicarlas y llevarlas a la estructura de su *pitch* de ventas, para luego validarlas con el facilitador y compañeros.

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse al proyecto
Red Emprende.

Publicación de PRODETUR ONG Red Emprende Sacatepéquez

Copyright © Red Emprende, 2023

Todos los derechos reservados

Contenido: Juan José Alvarado