



Opción de grado II
Grupo 40102

Profesor: Gilberto Betancourt
Leidy Viviana Ramírez

Corporación unificada de educación superior
24 de noviembre de 2017

ASESORIAS DE MERCADEO CREAM

MARCO ESTRATEGICO

Somos una empresa de asesoría de mercadeo llamada CREAM S.AS que ofrecemos servicios de asesorías para las pymes droguerías minicadenas ubicadas en el sector geográfico de Bogotá, poseemos una ardua experiencia en el campo de mercadeo que puede ayudar a construir planes estratégicos para las pymes que deseen contratar nuestros servicios

Para lograr nuestro objetivo que es ser una empresa reconocida por ofrecer asesorías a pymes teniendo en cuenta siempre el beneficio de nuestro cliente tendremos valores agregados en nuestras asesorías como beneficios especiales para cada tipo de clientes y una asesoría con la garantía de tratar y solucionar la problemática de cada cliente con el conocimiento y la experiencia de identificar a cada cliente como único e irrepetible

MARCO LEGAL

Estudio legal La prestación de servicios de consultoría no requiere de permisos especiales, o que los mismos deban ser prestados a través de modelos jurídicos específicos. Pueden ser prestados en forma personal o a través de una sociedad. Como precisamente de lo que se trata es de evaluar la alternativa “migrar” de un modelo personal a un modelo empresarial que requiere de la contratación de otras personas (consultores), se requiere necesariamente de la constitución de una sociedad. Una sociedad para que exista a la luz de la legislación colombiana requiere de su formalización a través de la elaboración de los estatutos sociales que pueden ser protocoliza

Tipo societario	Marco Legal	Responsabilidad de los Socios			Facilidad de Manejo Societario		
		Tributaria	Laboral	General	Constitución	Transmisibilidad de Acciones	Pago del Capital
Anónima	Código de Comercio	Media	Media	Media	Escritura Pública	Alta	Media
SAS	Ley 1258 de 2008	Baja	Baja	Baja	Documento Privado	Alta	Alta
Comandita por Acciones	Código de Comercio	Media	Media	Media	Escritura Pública	Media	Media
Limitada	Código de Comercio	Alta	Media	Media	Escritura Pública	Baja	Baja
Comandita Simple	Código de Comercio	Alta	Media	Media	Escritura Pública	Baja	Baja
Sociedad Pluripersonal	Ley 1014 de 2006	Media	Media	Media	Documento Privado	Media	Media
Empresa Unipersonal	Ley 222 de 1995	Alta	Media	Media	Documento Privado	Baja	Baja

Teniendo clara la información de los documentos legales que debo tener y el tipo de empresas que tenemos, encontramos que el tipo de sociedad que mejor se ajusta a nuestra política son las S.A.S para las cuales debemos presentar los siguientes documentos

Para registrarse como persona natural ante CCB

Original del documento de identidad

Formulario del registro único tributario (RUT)

Registro único empresarial y social (RUES 2017)

Matricula mercantil

Caratula única y empresarial y anexos, según corresponda

Se deben realizar unas consultas previas que son las siguientes

Consulta del nombre del establecimiento

Consultar la información necesaria de marcas

Información del certificado de pago o no pago de derechos de autor

Cumplir con el concepto de uso de suelo, ubicación y destinación

Cumplir con las condiciones de seguridad humana

Códigos CIU

Procedimiento de la expedición del nit

Tramites de funcionamiento:

Cámara de comercio renovación anual de la matricula mercantil

Dirección de impuestos y aduanas nacionales allí se hace la solicitud de autorización para numeración de facturación

Secretaria de hacienda municipal: declaración de industria y comercio los empresarios deben presentar durante los 4 primeros meses de cada año la declaración privada correspondiente a los ingresos brutos del año inmediatamente anterior

Tramites de seguridad social y aportes parafiscales

Otros trámites dependiendo la actividad económica

Cuerpo oficial de bomberos: visto bueno de seguridad a establecimientos públicos y comerciales

Misión

CREAR S.A.S es una empresa dedicada a la consultoría de mercado en el sector de las droguerías en la ciudad de Bogotá, ofrecemos un servicio con calidad enfocado hacia la satisfacción del cliente y el desarrollo empresarial de las pymes droguerías, contamos con códigos de ética y servicio social que nos permiten ofrecer una consultoría confiable y transparente

Visión

CREAR S.A.S en el 2020 deberá haber logrado incursionar con éxito en el mercado de droguerías caracterizándose por ofrecer un servicio de confiabilidad, credibilidad y de esta manera convertirnos en una empresa aliada para la consolidación de pymes droguerías y una de las mejores opciones en el sector de empresas consultoras de mercadeo

Matriz DOFA

debilidades	oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Infraestructura y equipos 2. No tenemos una oficina central y asequible 3. Material pop para generar recordación de marca 4. Falta de profesionales que tengan experiencia en el campo 5. Poca recordación de marca en los clientes 6. Falta de reconocimiento. 7. Consolidación de un equipo de trabajo estable. 8. Falta más inyección de capital. 9. El flujo de capital es muy escaso 10.No tenemos una cartera de clientes ya constituida 11.Desarrollar un plan estratégico mejor constituido 12.No se tiene bien identificada la competencia 13.No contamos con profesionales para cada área de la empresa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado amplio para incursionar en el. 2. Clientes con gran necesidad de recibir asesorías para mejorar sus ingresos y el cumplimiento de objetivos 3. Aumento en el año 2017 de pymes inscritas a la cámara de comercio 4. Clientes con potencial de crecimiento y mejora de sus indicadores 5. Crecimiento del mercado de un 1,3% en Bogotá 6. Estudios demuestran que las pymes que ingresan al mercado desean mejorar sus indicadores 7. En la ciudad de Bogotá se encuentran pocas empresas consultoras dedicadas al mercado de las droguerías 8. Libre acceso al mercado 9. Nuestro mercado está en expansión no solo en Bogotá sino en Colombia lo que nos muestra una oportunidades futuras de éxito 10.Cada vez es más común de las droguerías se interesen por contratar empresas consultoras 11.El acuerdo de paz genera tranquilidad y confianza para inversionistas

fortalezas	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento del mercado y oportunidades 2. Atención personalizada a cada caso y problemática de cada cliente 3. Servicio asequible para las pymes 4. Planes de mercadeo con antecedentes de buenos resultados en otros clientes 5. Experiencia y conocimiento en las droguerías su funcionamiento etc 6. Responsabilidad social 7. Mejora constante de proyectos y planes de mercadeo 8. Desempeñamos nuestra labor con compromiso social 9. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reacción de la competencia cuando evidencien el ingreso al mercado de CREAR 2. Competencia con más capital 3. Competencia con más capital humano 4. Cambios inesperados de la economía que hacen que las ventas bajen más de lo normal 5. Vulnerabilidad ante grandes competidores con más experiencia en consultoría 6. Cambio de presidente podría afectar la economía 7. Reforma tributaria podría frenar la inversión 8. En este momento las droguerías no tienen el habito de invertir en consultorías de mercadeo

Tabla de despliegue estratégico

debilidades

<i>Situación actual</i>	<i>Situación futura</i>	<i>Tiempo</i>
1. Infraestructura y equipos	realizar una inversión en compra de programas y equipos de cómputo planta y equipo	6 meses 02/may /2018
2. No tenemos una oficina central y asequible	Buscar una oficina central que este bien ubicada , de fácil acceso para nuestros clientes y que se ajuste al presupuesto	3 meses 31/ ene/2018
3. Material pop para generar recordación de marca	Tener unos recordatorios de marca para obsequiarle a nuestros clientes de tal manera de establecer lazos de fidelización con ellos y recordación de marca	Inmediato

<p>4. Falta de profesionales que tengan experiencia en el campo</p>	<p>Contratar profesionales con experiencia en el campo de la consultoría</p>	<p>8 meses 1/ago/2018</p>
<p>5. recordación de marca en los clientes</p>	<p>Prestar en nuestros clientes un servicio que cumpla con sus expectativas para de esta manera generar en ellos una marca que sea caracterizada por prestar un servicio de calidad y que ese voz a voz nos ayude a generar mas recordación de marca</p>	<p>inmediato</p>
<p>6. Falta de reconocimiento</p>	<p>Asistir a congresos y reuniones ,asambleas ferias de pymes ,realizar visitas para que los clientes conozcan nuestro servicio</p>	<p>inmediato</p>
<p>7. Consolidación de un equipo de trabajo estable.</p>	<p>Ofrecer garantías atractivas a nuestros colaboradores para generar estabilidad en nuestro equipo de trabajo</p>	<p>2 meses 15 /enero/2018</p>

<p>8. Falta más inyección de capital.</p>	<p>Conseguir un financiamiento atractivo y que sea beneficiante para la empresa o un patrocinio</p>	<p>inmediato</p>
<p>9.flujo de capital es muy escaso</p>	<p>Al hacer una inyección al capital el flujo será mejor ya que tendremos más dinero del cual disponer</p>	<p>2 meses 15/feb/2018</p>
<p>10.No tenemos una cartera de clientes ya constituida</p>	<p>Empezar a impactar los clientes y lograr venderle nuestro servicio para consolidar una base y cartera de clientes</p>	<p>inmediato</p>
<p>11 .Desarrollar un plan estratégico mejor constituido</p>	<p>Diseñar un plan estratégico bien definido para que nuestros colaboradores tengan clara nuestra política organizacional y se identifiquen con ella</p>	<p>3 meses 31/feb/2018</p>
<p>12.No se tiene bien identificada la competencia</p>	<p>Hacer un estudio para identificar mejor la competencia ,conocer sus precios el detalle de su funcionamiento</p>	<p>1 mes 10/dic/2017</p>

13.No contamos con profesionales para cada área de la empresa	Contratar profesionales encada área para de esta manera tener personal especiales en cada área o proceso de la empresa	5 meses 1/abril/2018

Oportunidades

Situación actual	Situación futura	Tiempo	
1. Mercado amplio para incursionar en el.	Lograr impactar con nuestro servicio a 110 droguerías	1 año 1/dic/2018	
2.Clientes con gran necesidad de recibir asesorías para mejorar sus ingresos y el cumplimiento de objetivos	Crear en los clientes la necesidad de recibir consultorías de mercadeo ya que con esos planes pueden mejorar sus ventas	inmediato	
3.Crecimiento del mercado de un 1,3% en Bogotá	Conocer los clientes potenciales del mercado para llegar más rápido a dichos clientes	2 meses 02/feb/2018	
4.En la ciudad de Bogotá se encuentran pocas empresas consultoras dedicadas al mercado de	Aprovechar que en la ciudad de Bogotá existen pocas empresas consultoras	1 mes 20/ dic/2017	

las droguerías	de mercadeo para droguerías y así es más fácil ofrecerles nuestros servicio		
5.Libre acceso al mercado	Aprovechar que los requisitos legales de una s.a.s no son muchos para iniciar labores y ofrecer el servicios	inmediato	
6.Nuestro mercado está en expansión no solo en Bogotá sino en Colombia lo que nos muestra una oportunidades futuras de éxito	una vez impactados los clientes en Bogotá ,podemos revisar la posibilidad de expandirnos a mercados no solo de Bogotá sino también de otras ciudades	18 meses 1/mayo/2019	
7.Cada vez es más común de las droguerías se interesen por contratar empresas consultoras	Haberles ofrecido nuestros servicios a todas esas droguerías que sabemos han mostrado interés en recibir una consultoría	08 meses 15/ju/2018	
1. El acuerdo de paz genera tranquilidad y confianza para inversionistas	apoyo financiero aprovechando la facilidad de invertir que ofrece haber firmado la paz	2 meses 29/ene/2018	

Fortalezas

Situación actual	Situación futura	Tiempo
1.Conocimiento del mercado y	Seguir adquiriendo conocimiento en el mercado de las	inmediato

oportunidades	droguerías y de esta manera capitalizar ese conocimiento a nuestro favor	
2. Atención personalizada a cada caso y problemática de cada cliente	Después del diagnóstico desarrollar un plan de acción diferente para cada cliente	3 meses 1/ feb/2018
3. Servicio asequible para las pymes	Ofrecer un servicio que pueda ser asequible para todos nuestros clientes potenciales	inmediato
4. Experiencia y conocimiento en las droguerías su funcionamiento etc.	Aprovechar la experiencia que se tiene en el sector farmacéutico para ofrecer confianza a los clientes	inmediato
5. Responsabilidad social	Que nuestro servicio siempre tenga en cuenta la responsabilidad social a la hora de ejecutar los planes de acción	inmediato
6. Mejora constante de proyectos y planes de mercadeo	Desarrollo ,estudio contantes de planes de mercadeo para estar siempre a la vanguardia	inmediato

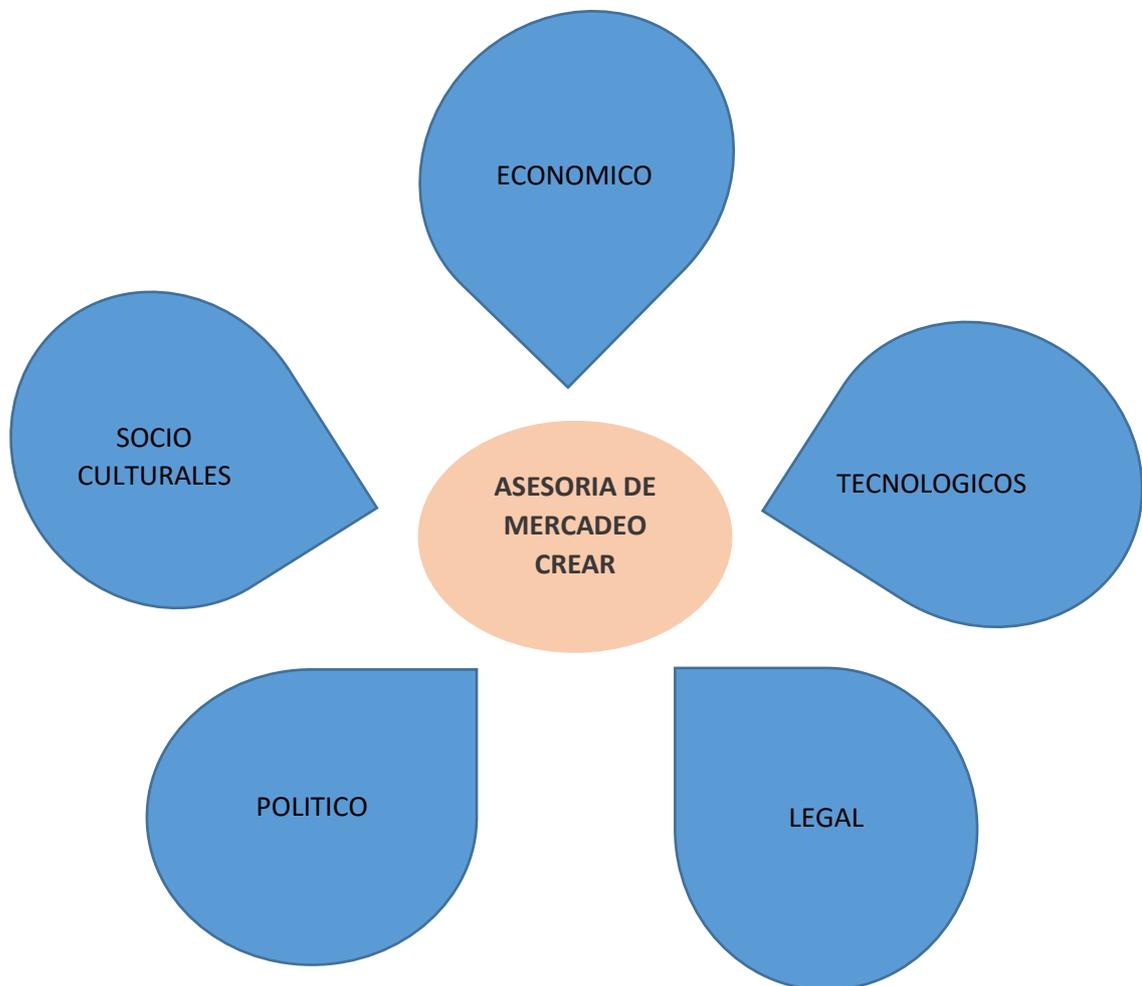
AMENAZAS

<i>Situación actual</i>	Situación futura	Tiempo
1. Reacción de la competencia cuando evidencien el ingreso al mercado de CREAR	Prever la reacción de la competencia cuando la empresa CREAR S.A.S INGRESE AL MERCADO	inmediato
2. Clientes con gran necesidad de recibir asesorías para mejorar sus ingresos y el cumplimiento de objetivos	Aprovechar la oportunidad que tienen en este momento nuestros posibles clientes de mejorar las ventas	inmediato
3. Competencia con más capital	Buscar socios o financiamiento para mejorar el capital y de esta manera la liquidez de la empresa	4 meses 15/marzo/2018
4. Competencia con más capital humano	Contratar más personal con experiencia en el campo para fortalecer el equipo humano	3 meses 1/feb/2018
5. Cambios inesperados de la economía que hacen que las	Tener planes de acción que pueden desarrollarse en los momentos críticos de	4 meses 20/marzo/2018

ventas bajen más	la economía para que esas crisis no afecten nuestra labor	
6. Vulnerabilidad ante grandes competidores con más experiencia en consultoría	Identificar la competencia directa que mas me puede afectar ,y conocer las oportunidades de mi competencia	2 meses 20/enero/2018
7. Cambio de presidente podría afectar la economía	Prever como el cambio e presidente podría afectar la economía y tener ya el plan de acción listo para ejecutar	inmediato
8. Reforma tributaria podría frenar la inversión	Tener ya previstos los clientes más críticos que se puedan ver afectados por las reformas y que esto les implique realizar inversión sobre sus negocios	inmediato
9. En este momento las droguerías no tienen el habito de invertir en consultorías de mercadeo	Crear en nuestros clientes la necesidad de realizar una consultoría de mercadeo y enseñarles todos los beneficios que podrían ganar	inmediato

Análisis de p.e.s.t.l

Se realizara un estudio del entorno donde vamos a desempeñar nuestras actividades utilizando el modelo de p.e.s.t, de esta manera conoceremos mejor las oportunidades y amenazas que nos vamos a encontrar al inicio de nuestras operaciones en el sector, con este modelo también podremos estudiar la competencia y definir planes de acción concretos para dar solución a todas situaciones que se nos puedan presentar



POLITICOS LEGALES:

Encontramos en los factores relacionados con la regulación legislativa de un gobierno la posibilidad de que la transición y el cambio de periodo presidencial afecte tanto la economía, y acentúe los riesgos y cambios eminentes que trae consigo el cambio de presidente, y como este periodo de incertidumbre puede influir en la creación de nuestra empresa

Existen muestras de que el cambio y la transición de presidente influye en la estabilidad de los empresarios para invertir y de una u otra manera este cambio podría afectar el buen desempeño de nuestras actividades ya que desconocemos las nuestras propuestas que traerá y ejecutara el nuevo presidente

Por otro lado encontramos que la nueva reforma tributaria cuyo contenido central del ajuste está asociado al aumento de la tarifa de impuesto al valor agregado (IVA) que pasara de un tarifa general el 16% al 19 % .Además los cambios para las personas jurídicas en renta implicara que las empresas deban adaptasen a las nuevas condiciones de este impuesto, sin lugar a dudas toda la reforma tributaria será clave para los consumidores y para las empresas en el año 2017 y analizar este entorno puede darnos una visión de cómo actuar y que planes de acción retomar para que dicho panorama no afecte nuestra labor y convertir esta amenaza en oportunidades

En el entorno político legal otro factor que encontramos es el acuerdo de paz firmado el pasado septiembre del cual muchos expertos basados en análisis comparativos con países que finalizaron conflictos armados en similares condiciones manifiestan que esto genera un aporte de confianza y una mayor tranquilidad para inversionistas tanto internos como externos

ENTORNO ECONOMICO:

La economía colombiana según cifras del DANE después de revelar los resultados del BIP indica que se tuvo un crecimiento de 1,3% en el segundo trimestre encontrando que las tres ramas que crecieron por encima de la economía fueron la agropecuaria, la financiera y la de servicios sociales

El crecimiento económico del segundo semestre evidencian los bajos niveles de expansión de la economía colombiana en esta ocasión el sector minero y la

industria jalonaron el PIB la baja mientras que el sector financiero y el de servicios sociables continúan contribuyendo de manera positiva

El entorno económico y su comportamiento también pueden influir de manera importante en el desarrollo de nuestras actividades ya que la crisis que se ha acentuado más en este año no resulta ofrecer un panorama muy alentador para la creación y apertura de nuevas empresas, sin embargo ante una actividad escasa en la economía también encontramos una oportunidad ya que las pymes existentes deberán empezar a pensar en estrategias para fidelizar sus clientes ,atraer nuevos clientes y de esta manera nuestra empresa podrá utilizar esta necesidad eminente de vender más para ofrecer nuestros servicios y lograr negocios importantes con las pymes

SOCIO CULTURALES

Para identificar como el entorno socio económico podría afectarnos debemos tener en cuenta que toda empresa se desenvuelve en el seno de la sociedad con todas sus características por esta razón para identificar el panorama que nos ofrece hemos de tener identificado nuestro tipo de cliente ya que nuestro servicio va orientado hacia pymes que requieren asesorías de mercadeo por lo cual nuestros clientes potenciales serán las pymes que ingresan recientemente al mercado o que desean mejorar sus indicadores, todo esto traducido a mejorar sus ventas

Es importante conocer las condiciones demográficas ya que estas tienen una gran influencia en todos los sectores de la economía por ejemplo condicionan el potencial de desarrollo de numerosos sectores y por otra parte condenan a la desaparición como a la exclusión de otros es por esta razón que estudiando estos factores se podrá determinar con mayor facilidad a qué tipo de clientes dirigirnos y la forma de prestar un mejor servicio

En la anterior tabla también podemos discriminar los clientes en los cuales perderíamos efectividad o no son potenciales para nuestro servicio ya que según estudios realizados y encuestas aplicadas a estos clientes ellos ya cuentan con negociaciones con empresas consultoras de mercadeo o un departamento de su empresa dedicado a esto (son los clientes que no están resaltados de verde)

ENTORNO TECNOLÓGICO

En relación de como la tecnología puede influir y de qué manera en nuestro servicio encontramos un auge en la TIC ya que en los últimos años han tomado un papel importante en la sociedad porque nos ofrecen:

1. inmaterialidad: la digitalización nos permite disponer de información inmaterial para almacenar grandes cantidades en pequeños soportes o acceder a información ubicada en dispositivos lejanos

2. instantaneidad: se puede conseguir información y comunicación instantáneamente a pesar encontrarnos a kilómetros de la fuente original

3. interactividad: las nuevas TIC se caracterizan por ofrecer una comunicación bidireccional entre personas o grupos sin importar donde se encuentren

4. automatización de tareas: han facilitado en muchos aspectos la vida de las personas con la automatización de tareas podemos programar actividades que los ordenadores harán automáticamente con total tranquilidad y eficiencia

Todas esas herramientas podrán facilitarnos nuestra labor haciéndonos el proceso más fácil y rápido sin, hay que tener en cuenta que aplicar y poder tener acceso a avances tecnológicos e innovadores pueden ayudarnos a ser eficientes

Los programas que encontramos en este momento en son softwares que permiten agilizar servicios y gestión a clientes que reúnen toda la información de los clientes llamados software CRM

El marketing digital y toda la innovación que hay del cual las empresas consultoras de mercadeo en Bogotá hacen mucho uso en estas encontramos las páginas web , redes sociales etc

ENTORNO LEGAL

En este punto encontramos como en entorno de las políticas legales y jurídicas, pueden afectar el desarrollo de nuestra labor por ejemplo nuevas leyes que indiquen la publicidad o los planes de mercadeo en las droguerías podrían afectarnos si no conocemos al detalle estas leyes y las consecuencias que podría traernos

En este entorno nos limita la publicidad a productos farmacéuticos ya que tendremos que tener cuidado de los planes de mercadeo de desarrollemos y como los ejecutamos para no caer un violaciones a los códigos de ética y lineamientos para la publicidad de algunos productos

Definición de la estructura del mercado

Mercado:

El mercado donde se sitúa nuestra empresa CREAM S.AS es el de las empresas asesoras de mercadeo en droguerías en Colombia específicamente en la ciudad de Bogotá donde vemos una gran oportunidad de incursionar ya que cada vez es más evidente que las pymes contraten empresas consultoras

de mercadeo que les ayuden a implementar estrategias, planes de acción para penetrar al mercado, conocer su competencia y vender mas

Encontramos que en la ciudad Bogotá se genera el 40% de toda actividad productiva del país convirtiéndola en el centro de negocios más importante y a la ciudad que más contribuye en el PIB

Este mercado movió según cifras del 2015 4.8 billones cifras similar a la que generan las principales empresas del agro y que podría crecer 700.000 millones mas

SEGMENTACION DEL MERCADO

Basamos nuestra segmentación del mercado según el tipo de cliente que queramos impactar que en este caso serán pymes más específicamente droguerías minicadena es decir que un solo dueño tenga de 2 droguerías en adelante

Droguerías que tengas un promedio de ventas de entre \$ 350.000 y \$ 700.000 diarios, decir ingresos de \$162.000.000 millones anuales

Geográficamente ubicada en la ciudad de Bogotá entre los estratos 2 y 4

Tipo de droguería independiente

Clientes con visión optimista del futuro y con un enfoque al crecimiento de su negocio y su empresa



En el mercado de las droguerías encontramos una segmentación ya realizada que corresponde al tipo de droguerías encontrando en el medio clientes droguerías tipo A tipo B y tipo C siendo las droguerías tipo A clientes con ingresos superiores ,con más de 8 dependientes cada punto ,con áreas del locales de más de 80 mts y con más de 2 cajas registradoras ,para los clientes tipo B encontramos características de ingresos entre el promedio de \$350.000 son clientes con 2 dependientes o más ,con locales en promedio de área de 50 mts y con 1 caja registradoras por eso en nuestra segmentación de mercado también nos enfocaremos en los clientes tipo A y B sientos estos clientes más potenciales para nuestro servicio

En la siguiente imagen podemos ver la ubicación de nuestros clientes potenciales a desarrollar y también su distribución en la ciudad ,



TAMAÑO DEL MERCADO

Según un estudio de fin comercio de los 441.619 de los establecimientos comerciales hay en Colombia el 2,5% corresponde a las droguerías y el 1% de este sector está ubicado en la capital del país

En Colombia existen más de 10.945 en las 52 ciudades del país tan solo en la capital hay 3.643 establecimientos de este tipo con una antigüedad en el mercado de más de 8 años otro dato importante es que las localidades que tienen mayor número de droguerías son Kennedy con 474 droguerías

registradas, Engativá con 474 droguerías registradas, suba con 464, bosa con 312 locales de este tipo.

Hoy en negocio de las farmacias se mantiene con buen ritmo en el país, incluso es comparable con la agricultura según la firma Euro monitor este segmento ha movido promedio de 4,8 billones durante los últimos años y podría crecer 700.000 millones más en los próximos años cuando el número de droguerías aumente

De acuerdo con euro monitor este segmento movió en el año pasado en el país \$462.500 millones con 188 locales desperdigados en todo el país en cuanto a la participación del mercado se sabe que el 50% pertenece a farmatodo,seguido por droguerías olímpicas con eñe 22.9% y Locatel con el 17.8% el 10% restante está repartido entre otros actores que comprender la necesidad de hacer un cambio para mejorar sus actividades o si no se verán expuestas a desaparecer ya que la tradicional farmacia con la que crecieron nuestros padres donde los esperaba un farmaceuta con bata blanca detrás del mostrador con una fórmula para despacharlos está acabando y para evitar las desaparición de estas droguerías es evidente la necesidad de reinventarse, buscar nuevas alternativas y estrategias para volverse más atractivas para el consumidor y es allí donde encontramos la oportunidad de ofrecer nuestros servicios y lograr incursionar en este mercado

INVESTIGACION DEL MERCADO

Es de vital importancia para nuestra empresa recopilar datos de cualquier aspecto para poder desarrollar un estudio de mercado que nos permita identificar oportunidades y amenazas, y por supuesto tomar decisiones para la total satisfacción de nuestros clientes

Una investigación de mercado nos permitirá evaluar la importancia y sensibilidad de nuestros clientes para poder estudiar la aceptación de nuestro servicio en el mercado y nos facilitara el proceso en tomas de decisiones de forma más acertada y un con menor índice de incertidumbre

NECESIDADES DE INFORMACION

La necesidad de conocer la situación de nuestros clientes potenciales y sus necesidades en cuanto a su situación actual de ventas, de inventarios ,de su competencia , de cómo y cuánto están vendiendo ,si están dispuestos a contratar servicio de consultoría y si la consultoría de mercadeo es bien recibida también qué expectativas tienen al momento de recibir una consultoria , toda esta información nos podrá dar una visión para de este modo llegar a los clientes de una manera más efectiva con los objetivos claros para desarrollar en nuestro proyecto

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO

Ayudar a identificar nuestros clientes para tener la mejor estrategia y así a la hora de impactar seamos más efectivos

Conseguir información sobre las necesidades más relevantes del mercado para capitalizar estas oportunidades a nuestro favor

Buscar la satisfacción de las necesidades que tienen los clientes en cuanto a mejorar sus indicadores de ventas, de rotación de productos, de fidelización etc y cómo llenar esas expectativas con nuestro servicio

Analizar la posibilidad de éxito o fracaso al momento de penetrar al mercado ya que de esta manera la empresa tendrá mayor seguridad de pisar sobre terreno un poco más firme después de haber realizado una investigación de mercado

Conocer la situación actual del mercado, las necesidades latentes, las preferencias de los consumidores para de esta manera desarrollar planes de acción y de actividades más ajustados a nuestras necesidades y a el logro de nuestros objetivos

DISEÑO DEL INSTRUMENTO

Para dicha investigación de mercado utilizaremos un instrumento cuantitativo que nos va a permitir medir o cuantificar los indicadores a las preguntas propuestas

El éxito del instrumento dependerá de la correcta elección de la muestra y en el diseño del cuestionario

Encuesta aplicada a 20 propietarios de droguerías minicadenas y droguerías Pareto de la ciudad de Bogotá

1. Cree necesario la implementación de planes de mercadeo para mejorar sus ventas?

Si

No

2. ha considerado contratar una empresa consultora de mercadeo que le garantice mejorar los ingresos de su negocio?

Si

No

3. En este momento recuerda el nombre de alguna empresa consultora de mercadeo?

Si

No

cual _____

4. alguna vez le han ofrecido un servicio de una empresa consultora de mercadeo?

Si

No

5. conoce usted su competencia y donde está ubicada?

Si

No

6. tiene en su empresa un plan de mercadeo desarrollado para mejorar sus indicadores?

Si

No

Resultados del estudio presentación de la información

Datos de la encuesta aplicada

numero	pregunta	respuesta	cantidad
1	Cree necesario la implementación de planes de mercadeo para mejorar sus ventas?	si	16
		no	4
2	Ha considerado contratar una empresa consultora de mercadeo que le garantice mejorar los ingresos de su negocio?	si	14
		no	6
3	En este momento recuerda el nombre de alguna empresa consultora de mercadeo?	si	5
		no	15
4	Alguna vez le han ofrecido los servicios de alguna empresa consultora de mercadeo?	si	8
		no	12
5	Conoce usted su competencia y donde esta ubicada?	si	18
		no	2
6	Tiene en su empresa un plan de mercadeo desarrollado para mejorar sus indicadores?	si	5
		no	15

Análisis gráficos de los resultados por pregunta

Para el análisis de las preguntas a continuación presento los gráficos y las tablas de las respuestas a las 6 preguntas del estudio en orden descendente como lo muestra la tabla

Pregunta # 1

Cree necesario la implementación de planes de mercadeo para mejorar sus ventas

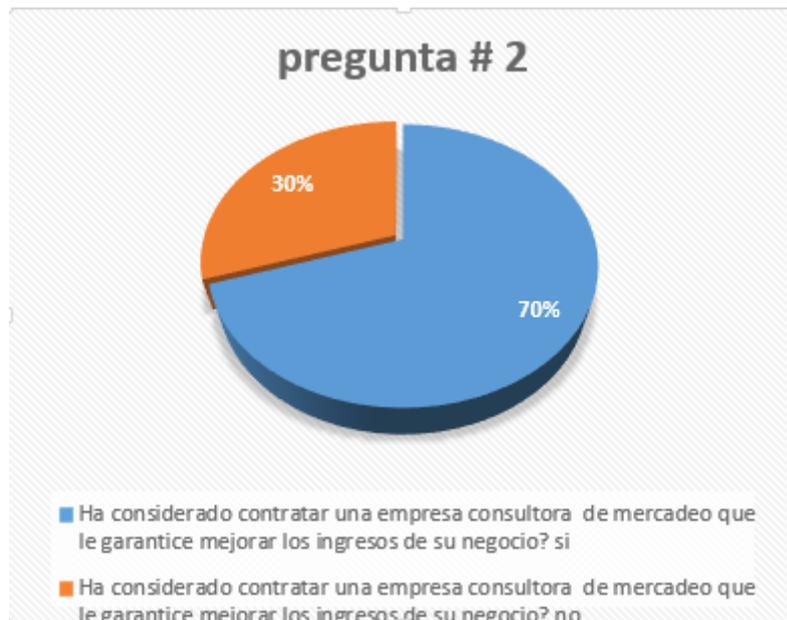


En conclusión para esta pregunta notamos que el 80 % de los encuestados son conscientes de la importancia de los planes de mercadeo en sus establecimientos ya que toda actividad relacionada con el mercadeo tendrá una aceptación en el cliente final todo esto a bienestar de las droguerías incentivara a mas ventas

En el caso del 20% que considera que los planes de mercadeo no mejoraran sus ventas también hay una oportunidad de capacitar dichos establecimientos y crearles las necesidad para que se actualicen innoven y mejores sus ventas

Pregunta # 2

Ha considerado contratar una empresa consultora de mercadeo que le garantice mejorar los ingresos de su negocio?



Para esta pregunta encontramos que el 70 % de los encuestados responden positivamente a la posibilidad de contratar una empresa consultora de mercadeo que le ofresca una variedad en herramientas que le sean de utilidad para desarrollar mejor sus actividades y no se desconoce que recibir asesorias de mercadeo podrian ofrecer posibilidades de vender mas creando valor y fidelizacion a sus puntos de ventas

Para el otro 30% que no tiene en consideracion contratar los servicios podemos diseñar un plan de accion especial que podamos implementar en estos clientes que muestran resistencia ante nuestros servicios

Pregunta # 3

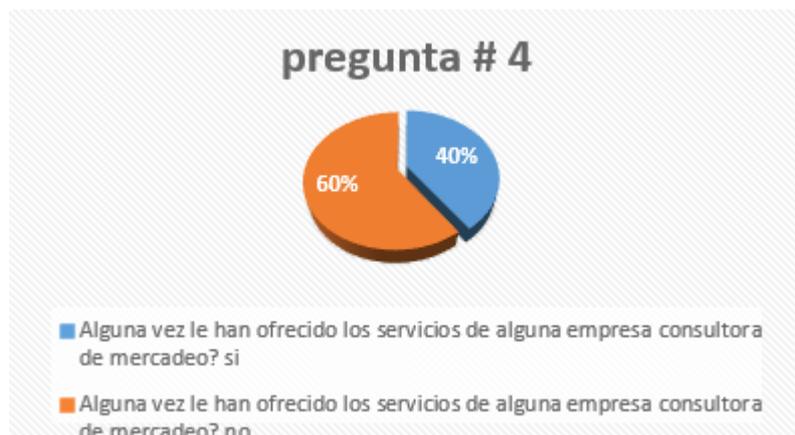
En este momento recuerda el nombre de alguna empresa consultora de mercadeo?



Con este resultado de la pregunta numero 3 podemos identificar que al momento de realizar la encuesta los clientes no tienen en su memoria un nombre claro de alguna empresa consultora de mercadeo, esto puede darnos una idea de la posibilidad de cautivar los clientes y conseguir que adquieran nuestros servicios y también puede darnos vistas de las estrategias que podemos utilizar para hacer que así nuestros clientes no adquieran nuestros servicios tengan nuestra marca y nombre presentes en sus cabezas

Pregunta # 4

Alguna vez le han ofrecido un servicio de una empresa consultora de mercadeo?



En esta pregunta encontramos una respuesta un poco más pareja aunque el porcentaje más alto es el que indica que a nuestros clientes potenciales ya alguna empresa asesora de mercadeo le ha ofrecido los servicios podemos analizar esta respuesta junto con la pregunta # 3 donde le preguntamos a nuestros clientes si recordaban el nombre de alguna firma consultora de mercadeo y la respuesta con más alto porcentaje apuntó que no y es allí donde

podemos analizar que aunque ya empresas de mercadeo han ofrecido los servicios no han generado en dichos clientes un gran impacto como para recordarlas o tener en una primera opción al momento de decidirse a contratar un empresa consultora de mercadeo,partiendo de este punto tambien podemos indagar mas sobre que servicios les ofrecieron a dichos clientes y porque razon en ese momento no les interso contratar el servicio de asesoria de mercadeo

Pregunta #5

Conoce usted su competencia y donde está ubicada?

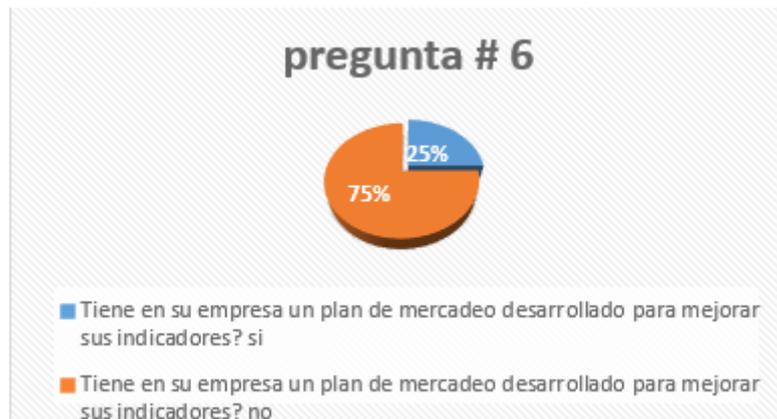


En esta pregunta el 90% de los encuestados nos respondieron que si conocen su competencia y donde esta ubicada ,lo que es de gran valor ya que uno de los factores importantes en el mercado y nuestro dinamismo en el depende tambien en gran medida de la competencia y las actividades que realice

Sin embargo tambien se evidencia que aunque los clientes conocen su cometenca y su ubicación no conocen al detalles las actividades que dicha competencia realiza o que les funciona para tener éxito en sus negocios pues conocer estos detalles les puede dar una ventaja competitiva

Pregunta -# 6

Tiene en su empresa un plan de mercadeo desarrollado para mejorar sus indicadores?



El éxito de un negocio depende en gran medida de un plan de mercadeo bien estructurado y desarrollado ya que muchos negocios no triunfan porque no se establece una relación equilibrada entre el producto o servicio que se ofrece y los recursos con los que contamos, y en esta pregunta solo el 25% de los encuestados tienen un plan de mercadeo y aunque lo tienen no lo desarrollan del todo, no le hacen seguimiento y no conocen los indicadores de este para identificar si funciona o no.

En el otro porcentaje de los encuestados que respondieron que no tienen un plan de mercadeo establecido y es allí donde tenemos oportunidad de efectividad ya que podemos ofrecer nuestros servicios a estos clientes y establecer con ellos planes de desarrollo para llegar de un modo más eficaz a los clientes actuales y potenciales.

CONCLUSION Y ACCIONES A SEGUIR

En conclusión con la información recopilada y analizada mediante la encuesta encontramos una oportunidad en el mercado para poder incursionar con nuestro servicio ya que según las respuestas de nuestros clientes existen muchas oportunidades en estos clientes que podemos capitalizar para el éxito de nuestra empresa y también se evidencia una aceptación por parte del cliente que nos puede hacer más fácil la incursión en este mercado tan importante como es el sector farmacéutico.

Podemos también concluir que en estos tipos de clientes no existe una educación efectiva con respecto a las herramientas que pueden ayudarles a mejorar sus ingresos y el desarrollo de sus actividades lo cual con una asesoría y un plan de seguimiento podría mostrar frutos a corto plazo lo que también nos llevaría a nosotros como empresa consultora de mercadeo a tener éxito en nuestra labor ya que entre más clientes queden satisfechos con nuestros servicios más nos recomendarán y de una u otra manera eso a vos también nos podrá ayudar a traer más clientes.

PLAN DE MERCADEO

IDENTIFICACION DEL ENTORNO

conocer el entorno de nuestra empresa, los movimientos que surgen alrededor de nuestro mercado es de suma importancia porque nos puede poner a la vista problemas que pueden afectarnos tanto en corto como en largo plazo y también evidenciar factores que solemos desconocer o simplemente ignorar para no tener que enfrenarlos

según estudios realizados al segmento del mercado cuya actividad es la venta de medicamentos bajo supervisión de un farmacéutico revela que en el país hay 20332 establecimientos de este tipo y que se piensa podrían llegar a ser 21172 en los próximos 5 años

Encontramos en Bogotá el mayor mercado y el mejor de la economía nacional por el tamaño de su población y la dinámica de sus actividades productivas es el mayor centro urbano y de población en Colombia (8 % millones de habitantes el 16,4 % de la población nacional) Bogotá aporta casi la cuarta parte del PIB el 25%

DATOS DEL ENTORNO SOCIAL

Los principales variables para tener en cuenta en nuestro entorno social Son :

El grado de formación del consumidor o posible cliente ya que esto afecta significativamente a nuestra empresa ya que un mayor índice de educación nos garantiza también un mejor criterio de selección

Una mayor exigencia en las conductas del consumo y en la calidad de las compras

El comportamiento de las familias también puede influir en nuestro entorno social ya que es la primera célula de consumo y por eso su evolución puede afectar de manera significativa los hábitos y tendencias de consumo

DATOS DEL ENTORNO TECNOLÓGICO

En nuestro entorno tecnológico encontramos que el estado impulsa la creación y el fortalecimiento de centros de desarrollos tecnológicos los cuales estimulan la oferta de ciencia y tecnología con las necesidades de las empresas .La responsabilidad de la innovación y el desarrollo tecnológico la comparten el estado y el sector privado

Las nuevas tecnologías generan cambios en las formas de acceder a los mercados y si los incorporamos a nuestro negocio y si no los adaptamos podríamos perder competitividad por eso es importante contar en nuestra empresa con internet telecomunicaciones ,servicios de mantenimiento y asistencia técnica pues todas esas herramientas nos facilitarían las actividades

INFORMACION DE LA COMPETENCIA

Es importante identificar lo que nuestra competencia esta ofreciendo y analizar la competencia nos puede ofrecer herramientas para incursionar en el mercado de una mejor manera

En el negocio que planteamos encontramos competidores directos en el mercado, sin embargo si identificamos nuestra propuesta como una empresa consultora de mercadeo segmentada hacia las drogueria minicadenas encontraremos mas bajo en numero de competencia

No obstante no podemos desconocer que existe una competencia feroz si contemplamos nuestra actividad principal que seria empresa consultora de e

Si nos centramos en la competencia que ejerce esta misma actividad podemos encontrar numerosas empresa Bogotanas de mercadeo que pese a que en su mayoría no estan segmentadas en realizar actividades en la pymes de droguerias pueden desempeñar este trabajo perfectamente .como es el caso de

S3R Marketing y estrategia



Es una empresa de consultoría del área de mercadeo e investigación de mercado ubicada en la ciudad de Bogota en la calle 22 B N.º 59-31

Consultores Estratégicos



Empresa conformada por un grupo de consultores estratégicos en capacitación y desarrollo empresarial, con amplia experiencia en: Comunicaciones Integradas de Marketing, ingeniería y cultura de servicio, Mercadeo, Ventas y Comunicación Organizacional ubicada en la ciudad de Bogotá en la Calle 85 N.º 21-22, of. 408



Servicios de Asesoría y Consultoría y Outsourcing para **PYMES**, permite que clientes y visitantes identifiquen y aprovechen las oportunidades que les ofrece

un mercado globalizado y contrarresten de manera efectiva las amenazas de su entorno. Teléfono 315 886 7975

Marketing mix

Servicio: consultoría de mercadeo que satisfaga necesidades de planes de acción, ventas, competencia, en el sector de las droguerías ya que hay muchas pymes que son droguerías y necesitan una asesoría de mercadeo para mejorar sus ventas y sus indicadores ya que en cualquier periodo las pymes entienden la necesidad de buscar herramientas que les ayuden a mejorar en todo aspecto sus objetivos

Nuestro servicio llena la necesidad del cliente ya que por medio de estudios, diagnósticos, y planes de acción podemos ayudar a las droguerías aumentar sus ventas fidelizar sus clientes, cumplir sus objetivos ya que constantemente el mercado cambia y es necesario que las droguerías estén entrenadas para hacer frente a estas situaciones

Nuestro servicio está dirigido a las droguerías de la ciudad de Bogotá especialmente los clientes que poseen más de 1 establecimiento o los que según su promedio de compra y venta cumplan con el perfil para ser nuestros clientes

Plaza

Distribuiremos el servicio por medio de la página web y también asistiendo a ferias ,congresos, asambleas y todas las reuniones donde general mente asisten nuestros clientes potenciales también la visita personal a dichos clientes nos ayudara a dar a conocer nuestra empresa lo que ofrecemos y donde nos pueden ubicar ,utilizar estos canales de distribución nos podrá ayudar a garantizar una cobertura mas rápida de muchos clientes ya que en los anteriores eventos que mencionamos se reúnen gran números de clientes y el acceso a estos canales no es difícil ya que en este momento contamos con contactos de nos pueden facilitar el ingreso

Precio

Como estrategia de penetración en el mercado se hará énfasis en vender el servicio de consultoría como una inversión que genera beneficios tanto a corto como a largo plazo, por lo tanto el precio no será el factor más determinante en la generación de la demanda, como si lo será la comunicación asertiva de los productos, para crear consciencia de marca. Cada cliente tiene necesidades diferentes y requiere tratamientos diferentes, por lo tanto el precio del servicio estará determinado por el objetivo de la asesoría. Teniendo en cuenta lo anterior, la tarifa a cobrar, estará determinada por el número de horas, requeridas para el servicio.

Establecimos la tarifa con respecto a la mesa sectorial para consultoría empresarial (MSCE) el cual nos da las siguientes pautas

“El Consultor parcial o indirecto (empresa) maneja una tarifa promedio de \$45.150 por hora y trabaja en promedio 72 horas mensuales. El consultor Independiente, por su parte, tiene una tarifa mayor de \$66.650 por hora, y trabaja en promedio 120 horas al mes”.

consultoria de CREAR S.A.S	Unidades mensuales	valor mensual
consultoria basica por horas \$ 40.000	72	\$2,880,000

PROMOCION

Los tipos de promoción de promoción que usaremos están ligados a la penetración del mercado con lo cual el precio en nuestro servicio será uno de los mecanismos usados para facilitar la preferencia de nuestros clientes hacia nosotros y cuando logremos captar los clientes cautivarlos con nuestro servicio y así un voz a voz permanente podrá facilitarnos el ejerció de publicidad

Proyección de ventas

mes	unidades mensual	valor x hora	total mes
enero	144	\$40.000	\$5.760.000
febrero	144	\$40.000	\$5.760.000
marzo	144	\$40.000	\$5.760.000
abril	144	\$40.000	\$5.760.000
mayo	216	\$40.000	\$8.640.000
junio	216	\$40.000	\$8.640.000
julio	216	\$40.000	\$8.640.000
agosto	288	\$40.000	\$11.520.000
septiembre	288	\$40.000	\$11.520.000
octubre	288	\$40.000	\$11.520.000
noviembre	288	\$40.000	\$11.520.000
diciembre	288	\$40.000	\$11.520.000
total anual	2664		\$106.560.000

Con esta proyección en ventas identificamos la necesidad de hacer al menos 37 consultorias a diferentes clientes para lograr un valor anual donde la empresa no pierda dinero y a partir de la experiencia empezar a obtener ganancias para el año 2019

Conclusiones

Es importante analizar la viabilidad del negocio de las empresas consultoras de mercadeo y mas en un sector poco trabajado como es el de las drogueria ,podemos encontrar una oportunidad a capitalizar en estos clientes que tienen la disposición de contratar empresas consultoras de mercadeo pero que finalmente no han obtenido dichos servicios

Todas las pymes que ingresan al mercado tienen muchas preguntas y oportunidades que recibiendo una consultoria adecuada podrian capitalizar a su favor ,por eso ofrecerles un servicio eficiente,transparente y efectivo puede ayudar a dichas empresas a mejorar sus indicadores y posicionarse mejor en el mercado es alli donde nuestro compromiso social estara presente para guiar estas pymes con planes estrategicos y de acompañamiento que cumplan con todas las expectativas que tiene propuestos nuestros clientes

Para la evaluacion de nuestro plan interno es de suma importancia estudiar y analizar las amenazas debilidades y oportunidades que tenemos para que nuestra penetracion al mercado sea exitosa y con un riesgo menor ya que al estudiarlas y evidenciarlas podremos darles soluciones rapidas y efectivas

