

MÓDULO 2

IDENTIFICANDO MI MERCADO Y APRENDIENDO A COMUNICARNOS

MODULO BÁSICO DE GESTIÓN EMPRESARIAL
Y DESARROLLO PERSONAL



Potenciando
la economía
de las mujeres
rurales

© Movimiento Manuela Ramos
Av. Juan Pablo Fernandini 1550, Pueblo Libre
Lima 21, Perú
T: 423 8840
F: 431 4412
E-mail: postmast@manuela.org.pe
<http://www.manuela.org.pe>

Elaboración de contenidos: Alicia Villanueva
Adaptación de textos: equipos regionales; Verónica Condori (Puno); Susan Valderrama (Pucallpa) e
Ivonne Tangoa (Tarapoto)
Responsable del proyecto: Victoria Villanueva
Cuidado de edición: Amelia Villanueva
Diseño y diagramación: Maco Vargas / Nany Muñoz
Dibujos: Natalia Vásquez
Impresión: R & R Artes Gráficas Asociados S.A.C.

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2006-6111
Lima, julio 2006
2,500 ejemplares

MÓDULO BÁSICO DE GESTIÓN EMPRESARIAL Y DESARROLLO PERSONAL

Introducción

El módulo de Gestión Empresarial y Desarrollo Personal que vamos a trabajar es parte del proyecto “Potenciando la economía de las mujeres rurales”, patrocinado por la Corporación Andina de Fomento (CAF) y la Cooperación Italiana y ejecutado por el Movimiento Manuela Ramos.

Con este módulo pretendemos contribuir a la reflexión y al aprendizaje de las mujeres sobre algunos temas relevantes a la gestión empresarial y desarrollo personal, con un enfoque de género, como una forma de ver plasmada en la práctica la utilidad de ambos conceptos: género y gestión empresarial.

¿Por qué capacitarme?

La mayor parte de las mujeres que trabajan en pequeños negocios, han aprendido su oficio a través de la práctica y, en muchos casos, a partir del trabajo con sus familias.

Sin embargo, sabemos también que el medio en el que se mueven es cada vez más exigente, que presenta el desafío de superarnos y mejorar la calidad de nuestro trabajo y el manejo de nuestras empresas.

La clave para mejorar nuestra gestión empresarial está en aprender y capacitarnos cada vez más.

Reforzar y ampliar nuestras capacidades y habilidades se hace imprescindible para hacer frente a la competencia.

Esperamos que con esta capacitación lograremos acercarnos, en mejores condiciones, a las metas que nos hayamos propuesto. Por ello, solo queda decir:

¡Bienvenidas a los talleres de capacitación y adelante con nuestro trabajo!



SESIÓN N° 2**“IDENTIFICANDO MI MERCADO Y APRENDIENDO A COMUNICARNOS”****➤ ¿Quién no ha oido hablar del mercado?**

A menudo decimos que no tenemos mercado, que quisiéramos más mercado. Es un tema que nos preocupa. Pero el mercado no es ajeno a nosotras, como veremos, no depende mucho de la suerte y de lo que hagan los demás.

En tiempos donde los productos y servicios cada vez son más parecidos y se pueden comparar más fácilmente, empresarias y empresarios y su personal necesitan distinguirse más y más con una buena propaganda y una comunicación eficaz y eficiente.

La comunicación, siendo una función vital de cualquier ser humano, es más importante todavía en un negocio.

➤ Identificando mi Mercado

El Mercado es:

El lugar donde se congregan las fuerzas de la OFERTA (VENDEDORES) y la DEMANDA (COMPRADORES), para realizar las transacciones de BIENES y servicios a un determinado PRECIO.

Es importante destacar:

Que el Mercado no sólo es el lugar donde se compra y vende bienes y servicios, sino que allí intervienen el intercambio de intereses, gustos, preferencias y valores de compradores y vendedores.

El cliente no sólo busca comprar el producto, sino el valor que le damos, desde una sonrisa, un buen trato, el crédito o simplemente la entrega del producto en una bolsa que huele a limpio, que al cliente le llame la atención y le interese.



Veamos cada elemento del MERCADO:

Elementos	Clave	Características
Plaza	Oferta:	Personas, hogares, empresas e instituciones que pueden SATISFACER las necesidades de los demandantes.
	Demanda:	Personas, hogares, empresas e instituciones que tienen NECESIDADES.
Producto	Bienes	Es el producto sujeto de la transacción y servicios; es decir, lo que necesita el demandante y que tiene el ofertante.
Precio	Precio	Es el valor económico del producto.
Promoción	Promoción	Son los mecanismos usados para persuadir a los clientes a comprar.



Tipos de Mercado

MERCADO LOCAL	MERCADO REGIONAL O NACIONAL	MERCADO INTERNACIONAL
<ul style="list-style-type: none"> - El cambalache o trueque. - El mercado del distrito. - Las ferias dominicales de la ciudad. 	<ul style="list-style-type: none"> - La Feria Regional de la Amazonía. - La venta de quesos y tomates a Iquitos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Venta de artesanías de Lamas a otros países.

➤ ¿En cuál de los Mercados trabajamos y a cuál aspiramos?

Nosotras las vendedoras

Una buena vendedora siempre:

- Saluda a sus clientes en cuanto llegan.
- Sonríe, sonríe y sonríe siempre.
- Tiene su lugar o puesto de venta limpio y ordenado.
- Está siempre aseada, con la ropa limpia y peinada.
- Es honesta con la clientela. Da el producto en sus medidas exactas (gramos, centímetros).
- Es atenta y respetuosa para con su cliente.
- Agradece a su clientela por la compra que hace.
- Tiene mucha paciencia.



➤ **Nuestros clientes**

Es importante conocer a nuestros clientes, su psicología, sus necesidades, sus gustos y saber dar una atención personalizada. El cliente siempre debe quedar satisfecho, para que retorne a comprar.

Una manera sencilla de conocer a nuestros clientes es a través del **ESTUDIO DE MERCADO**, que se hace respondiendo a las preguntas claves:

1. ¿Quién es mi cliente?
2. ¿Cuáles son sus gustos o preferencias?
3. ¿Qué precios están dispuestos pagar?
4. ¿Qué tiene la competencia en relación a mi negocio?



➤ **Promocionando mi producto**

Ya dijimos que hay mucha competencia, eso hace necesario identificar a nuestra clientela, buscar más clientela y atraerla, eso es lo importante de la Promoción del Producto o servicio.

Es cierto que un buen producto es la mejor publicidad y que una clientela satisfecha es la mejor propaganda, pero el negocio trabajado solo de esta manera no crece.

En el siguiente cuadro analizamos las posibilidades de promoción de nuestro negocio:

- Hojas volantes o "mariposas"
- Afiches o gigantografías
- Folletos / trípticos informativos
- Anuncios por altoparlantes
- Anuncios en la radio
- Perifoneo
- Clientes satisfechos(as)
- Vendedoras(es)
- Degustadoras
- Ofertas especiales
- Días de rebaja o liquidación
- Tarjetas personales
- Sorteos / rifas
- Anuncios en TV / revistas / periódicos
- Lapiceros, gorros con la marca del producto
- Almanaques
- Otros (especificar)

¿Está a mi alcance?		¿Llegará a mis posibles clientes?	
sí	no	sí	no

➤ Matriz sobre publicidad o promoción

MEDIO **Comunicando lo bueno de mi negocio**



La comunicación es la capacidad de las personas de decir, transmitir o transferir: ideas, emociones, sentimientos, conceptos, valores, etc.

La comunicación puede ser verbal, escrita, o a través de gestos o mímicas.

La distorsión de los mensajes muchas veces ocurre y es causante de los conflictos interpersonales ya que cada persona cuenta con sus vivencias personales y aumenta lo que cree, otras veces omite en el mensaje la parte más importante, por falta de atención o memoria, lo cual también hace que se tenga un mensaje totalmente diferente al inicial.

Las relaciones interpersonales satisfactorias y sin conflictos se basan en la comunicación clara y directa, pero pueden surgir problemas cuando la comunicación es confusa o agresiva.

Probablemente, la mayor parte de estos problemas se resolverían si la gente supiese verdaderamente escuchar con interés y de manera integral.

Pero ojo, no es suficiente que dos personas usen las mismas palabras; sino éstas deben tener el mismo significado para ambas y deben estar acompañadas con un lenguaje corporal

➤ **Evaluando lo aprendido**

1. ¿Qué es el MERCADO?

2. ¿Cuales son los elementos del Mercado?

3. ¿Qué es la OFERTA?

4. ¿Qué es la DEMANDA?

5. ¿Qué es el BIEN o SERVICIO, del Mercado?



6. El Precio es un elemento que está presente en el Mercado, ¿qué es PRECIO?

7. ¿Qué tipo de promoción harías a tu producto?

8. Cuántos tipos de Mercado existen desde el punto de vista geográfico?

9. Menciona dos características de una buena vendedora

10. ¿Cómo debe ser tu comportamiento frente a un o una cliente colérica?



11. ¿Qué tipo de publicidad harías para promocionar tu pequeño negocio?

12. ¿Qué es la comunicación?

13. ¿Hacer el amor es una forma de comunicarnos, por qué?

14. ¿Cómo puede ser la comunicación?

➤ **Compromisos**

.....
.....
.....
.....

Lo que más me gustó:



Lo que menos me gustó:



Mi próxima reunión de capacitación es:





Potenciando
la economía
de las mujeres
rurales



Movimiento Manuela Ramos
Av. Juan Pablo Fernandini 1550 Lima 21, Perú
T: 423 8840 F: 431 4412
e-mail: postmast@manuel.org.pe <http://www.manuela.org.pe>