



PLAN DE VENTAS



Módulo: Técnicas de venta y Negociación

Integrantes:

- EMMA CALZADA
- ELISABET VALVERDE
- LAURA ROMERO
- BLAS PASTELERO
- DIEGO GÓMEZ

Curso: 2º Gestión de ventas y espacios comerciales

ÍNDICE

1. SOBRE LA EMPRESA

- 1) Nombre de la empresa + Principal actividad
- 2) Presentación del equipo + organigrama¹
- 3) Sistema de ventas (T1) 3

2. PRESENTACIÓN DE NUESTRO PRODUCTO

- 1) Imagen del producto
- 2) Descripción: materiales, medidas, peso...
- 3) Modo de elaboración
 - a) Incluir listado con proveedores y precios
- 4) Análisis de viabilidad por unidad
- 5) Argumentario de ventas
 - a) Explicar qué es y para qué sirve un argumentario
 - b) Características - beneficios 4

3. PLAN DE VENTAS 5

3.1. ANÁLISIS DEL MERCADO

- 1) Nuestro mercado en cifras
 - a) Datos en general
 - b) Grupo alumnado
 - c) Grupo profesorado
- 2) Análisis de la clientela
 - a) Definir el segmento al que os vais a dirigir
 - b) Características de nuestro cliente, poder adquisitivo
 - c) Determinar las fases de la venta (tema 1)

¹

3) Análisis de la competencia	
a) Listado de competidores directos e indirectos	
b) Identificar vuestra ventaja competitiva	
c) Mapa de posicionamiento	
	5
3.2. ANÁLISIS DAFO	5
3.3. PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS DE VENTAS. CALENDARIO DE ACTUACIONES.	5
3.4. PROMOCIONES EN EL PUNTO DE VENTA	5

1. SOBRE LA EMPRESA

MOOD BAGS

La empresa se enfocaría en la creación de diseños únicos y atractivos inspirados en la temporada navideña, como ilustraciones de renos, árboles de Navidad, copos de nieve, y otros elementos festivos. Estas bolsas reflejan el espíritu de la temporada, lo cual resulta atractivo para quienes disfrutan de celebrar estas fechas. Los diseños exclusivos también les permiten destacar con un accesorio único.

Mood Bags se centra en dos pilares fundamentales: sostenibilidad y conciencia del consumidor. Las tote bags suelen ser de materiales ecológicos y reutilizables, lo cual atrae a clientes que buscan reducir su impacto ambiental y evitar el uso de bolsas de plástico. Estas bolsas son una opción de regalo accesible y bien recibida en la época navideña. Los clientes pueden comprarlas para amigos, familiares o colegas del instituto como un detalle festivo y útil.

Presentación del equipo

MOODBAGS está compuesto por 5 integrantes: Laura Romero, Elisabet Valverde, Diego Javier Gómez, Blas Platero y Emma Calzada.

¿QUIENES SOMOS?





BLAS PASTELERO

LAURA ROMERO

DIEGO J. GOMEZ

ELISABET VALVERDE

EMMA CALZADA

ALUMNOS 2º GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

Sistema de ventas

Nuestro sistema de ventas es una venta personal directa e interna, es decir tendremos un contacto directo con el cliente y será de manera interna, ya que vamos a vender dentro del instituto.



2. PRESENTACIÓN DE NUESTRO PRODUCTO

1) Imagen del producto



Imagen 1. *Imagen del producto*

2) Descripción: materiales, medidas, peso...

Creación de Tote Bags a partir de materiales 100% reciclados y material DTF personalizables y con diseños predeterminados por la marca.

DTF: Proviene de la sigla en inglés "Direct to Film " que significa Impresión Directa sobre Film. Consiste en imprimir un film especial, con tintas DTF, al que se le aplica un polvo adhesivo y se cura con calor, para luego aplicar en la prenda como cualquier transfer o vinilo. Las impresiones pueden durar entre 50 y 60 lavados, por lo general, con una temperatura máxima de lavado de 40° y sin secadora.

3) Características del producto

Dimensiones:

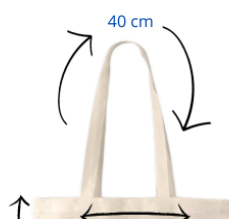


Imagen 2. *Características de producto*

4) Modo de elaboración

El primer paso trata de realizar la creación del diseño de cada una de las bolsas asegurándonos de que el archivo está en alta resolución y que tenga un fondo transparente para una transferencia limpia. En segundo lugar, colocar la película de transferencia DTF en la impresora. Imprimir el diseño, asegurándose de que los colores estén bien configurados para el material de la tote bag. En tercer lugar, llevamos la película a un secador de calor a una temperatura controlada, después colocamos la tote bag sobre la base de la prensa de calor (es importante que la superficie esté completamente plana para evitar arrugas). En cuarto lugar, colocamos la película con el diseño impreso sobre la tote bag con el lado de la tinta en contacto con la tela, se configura la prensa de calor a una temperatura adecuada, presionamos durante unos 10-15 segundos. Esto permite que el diseño se adhiera firmemente a la tela. En quinto lugar, dejamos que la película se enfríe y se despliega con cuidado. En último lugar, verificamos que el diseño esté bien adherido y que no haya partes levantadas.

a) Incluir listado con proveedores y precios

- Novo Distribuciones (novodistribuciones.com)

Precios:

La estrategia se centra en ofrecer un producto que no solo es eco-amigable, utilizando materiales reciclados, sino que también permite la personalización, lo que añade valor y singularidad para el cliente.

Este enfoque dual no solo atiende a las crecientes demandas del mercado por productos sostenibles, sino que también aprovecha la tendencia de la personalización, permitiendo a los consumidores expresar su individualidad. Además, el compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fortalece la posición de MOODBAGS como una empresa responsable y comprometida con el medio ambiente.

El análisis del entorno revela una oportunidad significativa en el mercado de productos sostenibles, aunque también identifica amenazas como la competencia local y global. A través de estrategias de diferenciación basadas en la calidad, la innovación y el marketing digital, MOODBAGS busca superar estos desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado.

5) Análisis de viabilidad por unidad

CARACTERÍSTICAS	BENEFICIOS
Dimensiones 35 cm de ancho 45 cm de largo 40 cm de asa, con un ancho de 2,5 cm	Ofrece un espacio amplio, ideal para llevar libros, ordenador, compras pequeñas, artículos personales... El asa permite llevarla cómodamente sobre el hombro o la mano.
Color Beige, con un diseño único cada una	Es un color neutro fácil de combinar con cada estilo y diseño que hace un producto más exclusivo para el cliente.
Material Es de algodón reciclable	Es un material duradero y resistente, que respeta el medio ambiente, proporciona

Material DTF (Direct to Film)	una textura suave y un tacto agradable. El DTF se puede lavar , se puede transferir cualquier diseño.
Precio 3.5€	Bastante accesible y atractiva, la convierte en una excelente opción para quienes buscan un bolso tote de buena calidad a un bajo precio.
Diseño Serán diseños navideños y temporales	Son muy buena opción tanto para uso personal, como para regalo ya que tiene un diseño de la época en la que estamos y los consumidores se sentirán atraídos emocionalmente.

Tabla 1. Características del producto (Elaboración propia)

OBJECIONES	ARGUMENTOS
<u>Pocos diseños</u>	Estamos trabajando en más colecciones. La bolsa también tiene un diseño versátil que puedes usar todo el año. Hemos hecho una investigación y estos han sido los diseños que más han gustado a nuestro público. Nuestro objetivo era ofreceros el producto al precio más competitivo y por eso nos hemos decantado por estos diseños.
<u>Tamaño pequeño</u>	La bolsa tiene 5 litros de capacidad, ideal para lo esencial. Es compacta, fácil de llevar y almacenar. Para necesidades mayores, puedes usar varias bolsas.

<u>Un solo color</u>	El beige es un color neutro y versátil, que combina con todo. Además, requiere menos tintes, lo que la hace más ecológica. Estamos considerando nuevos colores.
<u>Personalizable</u>	Aunque no se personaliza tradicionalmente, puedes añadir toques personales como parches o adornos. ¡Es una bolsa para dejar volar tu creatividad! El año pasado vimos que la gente no valoraba lo personalizable, por lo que no lo vemos viable.
<u>Arrugable</u>	Las arrugas son naturales en el material reciclado. Puedes plancharla al revés del diseño para eliminar las arrugas sin dañar el estampado. Como todas las que son de buenos materiales
<u>No se puede meter en la secadora</u>	No recomendamos usar la secadora, ya que puede dañar el material. Es más ecológico secarla al aire, y prolongará la vida útil de la bolsa.
<u>Al usar la plancha, se me estropearía</u>	Puedes planchar la bolsa al revés del diseño para evitar dañar la impresión. Esto elimina las arrugas y mantiene la bolsa en excelente estado.
<u>Es caro</u>	El precio está estimado teniendo en cuenta los costes y los materiales utilizados para la realización del producto.
<u>Es barato, seguro que es de mala calidad</u>	Todos los materiales son 100% reciclables, por lo que son de buena calidad y respetuosos con el medio ambiente

Tabla 2. Argumentario de ventas (Elaboración propia)

6) TÉCNICAS DE VENTA

6.1) Método SPIN

¿Te gusta la navidad? ¿Para qué la va a usar? ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar?

6.2. Método AIDA

1. Atención

Captura la atención con un mensaje llamativo y visual:

> 🌲 ✨ ¡Lleva la magia de la Navidad contigo! ✨ 🌲

> ¡Descubre nuestras Tote bags ecológicas con diseños navideños únicos que cuidarán el planeta mientras celebras con estilo!

2. Interés

Destaca lo que hace especial al producto.

- ✓ Hechas con materiales 100% reciclados.
- ✓ Diseños exclusivos inspirados en la Navidad.
- ✓ Resistentes y perfectas para tus compras navideñas o regalos.
- ✓ Contribuye al cuidado del planeta mientras celebras las fiestas.

Incluye detalles que resalten el beneficio práctico y emocional, como "Ideal para llevar tus compras o regalos con estilo eco-friendly".

3. Deseo

Crea un deseo mostrando cómo pueden mejorar la experiencia del cliente:

-
- > 🎁 Regala con conciencia: Sorprende a tus seres queridos con un detalle especial y sostenible.
 - > ☀️ Combina diseño y sostenibilidad: Estas tote bags no solo son útiles, ¡son una declaración de amor por el planeta!
 - > ❄️ Edición limitada : Diseños navideños que solo estarán disponibles esta **temporada. ¡No te los pierdas!**

4. Acción

Llamada a la acción clara y motivadora:

- > 🧑🏻‍🎄 ¡Haz tu pedido ahora! ☀️
- > Aprovecha nuestro 10% de descuento por lanzamiento y recibe tu tote bag antes de Navidad.
- > 👉 Haz clic aquí para elegir tu diseño favorito. ¡Stock limitado!

6.3. Cross-selling

Vender una de las bolsas navideñas con otra de los diseños del año pasado, y al vender las dos juntas hacerle un descuento por llevarse las dos.

6.4. Up-selling

Poner una bolsa más cara con un diseño único, pero vender las bolsas que tenemos al precio habitual. Para así hacerles creer a los clientes que les estamos vendiendo “las bolsas baratas”.

3. PLAN DE VENTAS

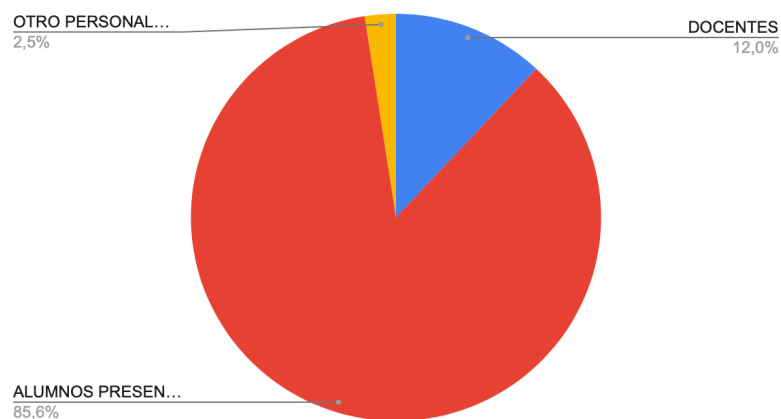
3.1. ANÁLISIS DEL MERCADO

NUESTRO MERCADO:

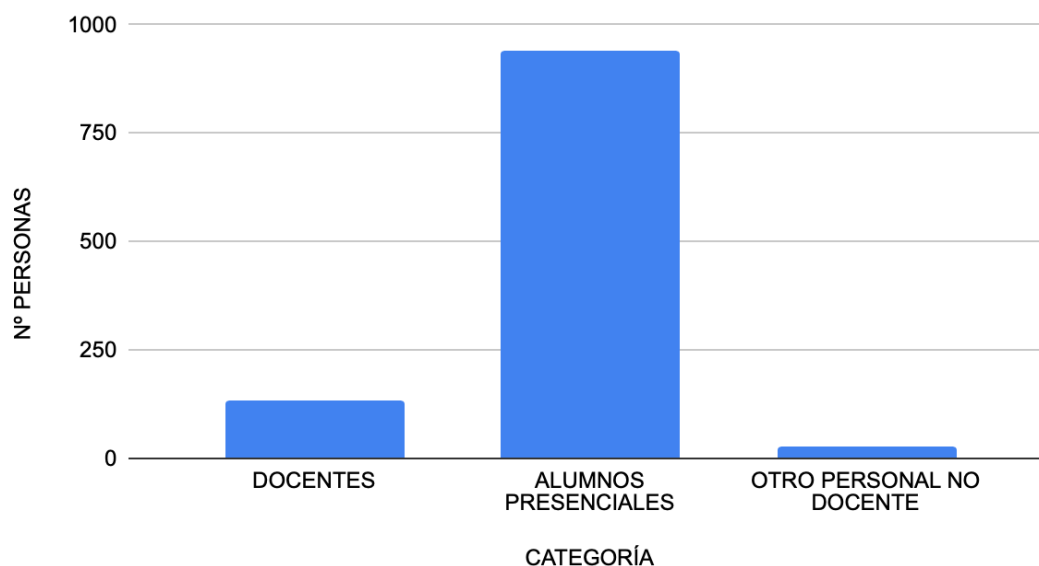
Según los datos sobre matriculación en el curso 2024-2025 proporcionados por el Director del Centro, Don Martín Garay Serrano, el total de mercado al que nos dirigimos asciende a 1.101 personas, entre docentes, alumnado y personal no docente.

Total mercado = 132 profesores + 942 alumnos + 27 personal no docente.

Nº PERSONAS



Nº PERSONAS frente a CATEGORÍA

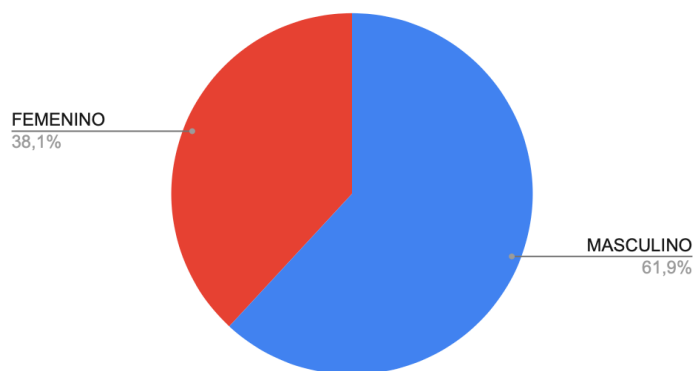


Atendiendo a los porcentajes, el mayor grupo de nuestro mercado está compuesto por los alumnos, los cuales suponen un 85,6% del total, seguidos por los profesores que son un 12% y por último el personal no docente, que asciende al 2,5%.

Hemos desglosado los anteriores datos por género, turno, estudios que realizan y dentro de los estudios que realizan según las familias de FP de los distintos ciclos que se imparten en el I.E.S ÁGORA.

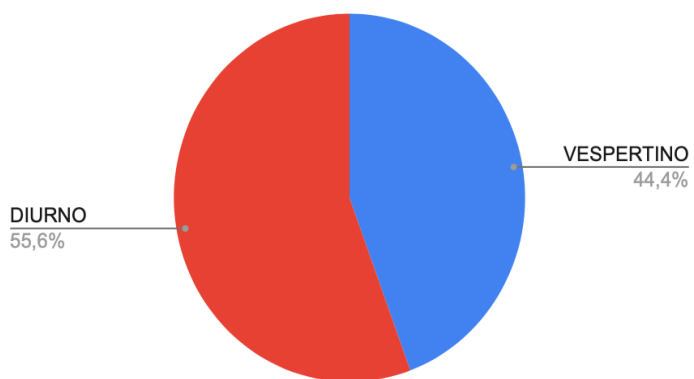
- Según género:

GÉNERO



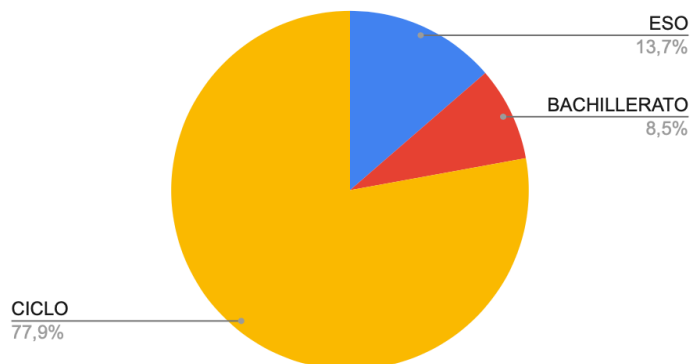
- Según turno:

TURNOS



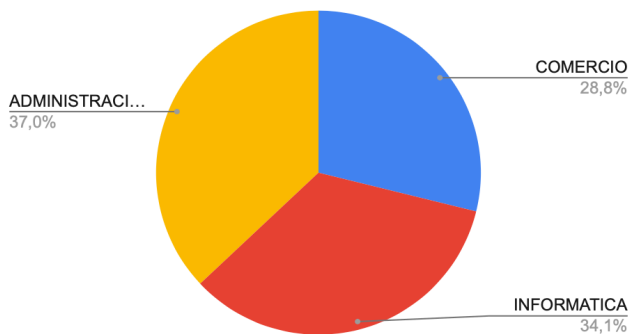
- Estudios que realizan:

ESTUDIOS QUE REALIZAN



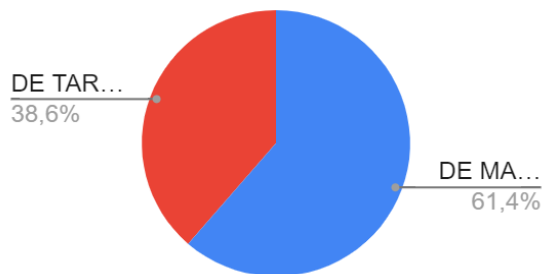
- Según familia de FP:

FAM. CICLOS



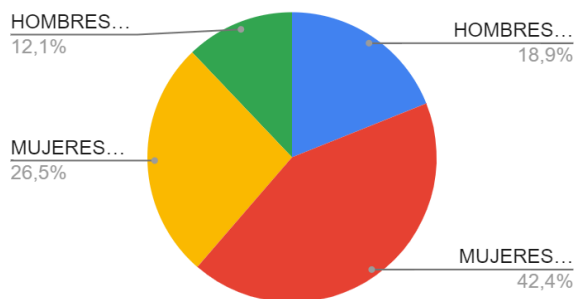
- Según número de profesores

Nº DE PROFESORES



- Según número de profesores que trabajan de tarde y de mañana

Nº PERSONAS



Análisis de la clientela

· A partir de la encuesta realizada en la que han participado un total de 65 profesores del I.E.S ÁGORA estarían interesados un total de 31,3%, la franja de edad sería de 30 a 40 años.

a) Definir el segmento al que os vais a dirigir

En el marco de la estrategia comercial de nuestra empresa, hemos decidido orientar nuestros esfuerzos hacia un segmento de mercado específico que consideramos clave para nuestro crecimiento: **el profesorado, tanto de mañana como de tarde** . Este grupo será nuestro principal objetivo de ventas y promoción, ya que hemos identificado que existe una gran oportunidad para satisfacer sus necesidades de manera más eficiente y personalizada.

Nuestro enfoque en este segmento nos permitirá optimizar los recursos y concentrar nuestras acciones comerciales en ofrecer productos y servicios que realmente agreguen valor a este colectivo. A pesar de este énfasis, es importante recalcar que **no excluirémos** otros segmentos de mercado. Si bien el profesorado de mañana será nuestra prioridad, **continuaremos atendiendo y cerrando ventas en otros mercados** cuando se presenten oportunidades.

Este enfoque nos ayudará a consolidar nuestra presencia en el sector educativo, sin perder flexibilidad para adaptarnos a otras demandas comerciales que puedan surgir.

b) Características de nuestro cliente, poder adquisitivo

Características del Cliente

- **Demografía:** Mujeres, de 30 a 40 años, con alta formación académica.
- **Profesión:** Docentes en diversas áreas (escuelas, colegios, universidades).
- **Intereses:** Sostenibilidad, diseño funcional, apoyo a productos locales.
- **Estilo de Vida:** Buscan artículos prácticos y versátiles que reflejen sus valores.

Poder Adquisitivo

- **Ingreso:** Estable, generalmente medio, con capacidad de gasto en productos de calidad.

- **Disposición a Gastar:** Invertirán en productos duraderos y sostenibles, buscando valor añadido.
- **Presupuesto:** la mayoría de los encuestados (63.1%) estaría dispuesta a gastar entre 5 y 10 euros.

PRESUPUESTO MOODBAGS:

Concepto	Cantidad	Precio Unitario (€)	Costo Total (€)
Ingresos por ventas		3,50	73,50
Costo de Tote Bags	21	1,09+IVA	24,19
Costo Dtf			13,19
Aporte de capital de socios	5	7,47	37,35

Tabla 3. Presupuesto **MOODBAGS** (Elaboración propia)

		Jose Luis Sánchez Cordero 76058365X Calle Altozano 4 Aldea del Cano (10163), Cáceres, España hola@impressionante.es 655087864		
FACTURA #F02376 Emma Calzada Ginés 44414291A 622506523 C/SANGUNO MICHEL 4,3º A CACERES (10002), España		Fecha: 06/11/2024 Total 13,19€		
CONCEPTO	PRECIO	UNIDADES	SUBTOTAL	IVA TOTAL
Creador de plantillas DTF - 1 Metro	10,90€	1	10,90€	21% 13,19€
Recogida local	0,00€	1	0,00€	0,00€
BASE IMPONIBLE			10,90€	
IVA 21%				2,29€
TOTAL				13,19€

Referencia	Producto	Precio unitario	Cantidad	Precio total
71347	Bolsa de asa algodón	1,06 €	20	21,20 €
Productos			21,20 €	
Descuentos			0,00 €	
Embalaje de regalo			0,00 €	
Transporte			2,99 €	
Including total tax			4,12 €	
Total pagado			24,19 €	

Imagen 3. Facturas Tote Bags y DTF

Beneficio Neto (sin considerar el costo de las Tote Bags):

Beneficio Neto=Ingresos Totales–Gastos Totales (vinilos)=

- c) Determinar las fases de la venta (tema 1)

Análisis de la competencia**d) Listado de competidores directos e indirectos**

Nuestra competencia más cercana es el centro comercial el cual la mayoría de tiendas de ropa venden tote bags, la ventaja que tenemos en relación a las tiendas es que nuestro producto es personalizable, con diseños exclusivos y a elección de cada cliente.

COMPETIDOR	PRECIO
 Imagen 3. Competidor OhMyToteBag	 Imagen 4. Tote Bag de OhMyToteBag 12,90€
 Imagen 4. Competidor Bolsalea	

	Imagen 5. <i>Tote Bag Bolsalea</i> 3,76€ (Comprando 100 uds.)
--	---

e) Identificar vuestra ventaja competitiva

Nuestra ventaja competitiva, se centra en nuestros diseños que son únicos y alineados a la época del año en la que estamos. La buena calidad del producto, todos los materiales son reciclados y cumple con algunos objetivos de la agenda 2030. Se puede lavar, e incluso planchar, es muy versátil y va en consonancia con un estilo de vida sostenible.

f) Mapa de posicionamiento

3.2. ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
• Necesidad de materiales reciclados • Costes elevados • Mercado con mucha competencia “inventado”	• Cambios en el medio ambiente • Competencia local y global • Cambio en tendencias muy rápidos
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
• Reducir, reutilizar y reciclar. • Diseños únicos • Marketing Verde y conciencia social	• Crecimiento del mercado sostenible • Colaboraciones estratégicas • E-commerce y Marketing Digital

Tabla 4. *Análisis D.A.F.O (Elaboración propia)*

3.3. PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS DE VENTAS. CALENDARIO DE ACTUACIONES.

MES	ACTIVIDADES
SEPTIEMBRE	- Brainstorming ideas de producto - Resumen del producto - Análisis del entorno - Análisis Macroentorno y Microentorno
OCTUBRE	- Proveedores y Competencia - Objetivos - Estrategias - Prototipo diseños Tote Bags - Desarrollo del producto
NOVIEMBRE	- Distribución - Precio - Plan de comunicación - Branding - Canales Online y Offline
DICIEMBRE	- Ajustes del plan de ventas - Prototipo Tote Bags - Pruebas y ajustes de diseños - Compra de vinilos y Tote Bags - Venta de Tote Bags - Preparación de materiales promocionales (Cuña, cartel, mupi, valla publicitaria, etc.) - Spot Publicitario
ENERO	- Preparación lanzamiento del producto - Preparación canales de distribución y punto de venta
FEBRERO	- Plan de acción - Recepción de pedidos
MARZO	- Plan de seguimiento y evaluación

Tabla 5. Calendario de actuaciones. (Elaboración propia)

3.4. PROMOCIONES EN EL PUNTO DE VENTA



Imagen 5. Promociones Punto De Venta.