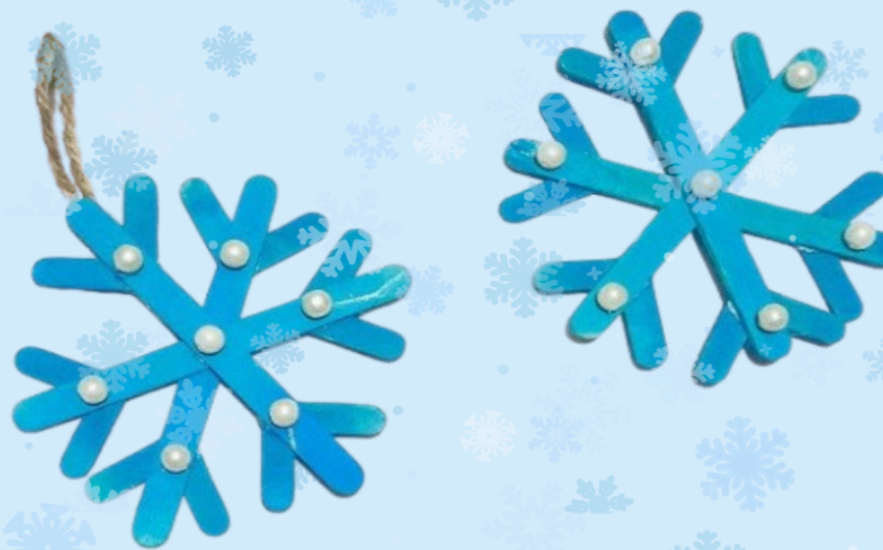


PLAN DE VENTAS

MAGIC MOMENTS



GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS
COMERCIALES

MARÍA REBANALES CASADO
ALMUDENA PEÑA LÓPEZ
ALEJANDRO VAZQUEZ

ÍNDICE.

1.SOBRE LA EMPRESA	3
1.1 Organigrama:	3
1.2 Presentación del equipo:	4
2. PRESENTACIÓN DE NUESTRO PRODUCTO	4
2.1 Elaboración:	5
2.2 Listado de Materiales	5
3. PLAN DE VENTAS	6
3.1. Análisis del mercado	7
3.1.1 Mercado total	7
3.1.2 Grupo profesorado	7
3.1.3 Grupo alumnado	9
3.1.4 Cuestionario a alumnos	11
3.2 Argumentario de ventas	16
3.2.1 Necesidad que satisface nuestro producto	16
3.2.2 Target Objetivo	16
3.2.3 Tabla de características y beneficios del producto	16
3.2.3 Tabla con objeciones y réplicas	16
3.3. Análisis DAFO	17
3.4. Planteamiento de objetivos de venta / Calendario de Actuaciones	17
3.5. Promociones en el punto de venta	17
Anexo I: Encuesta realizada a los alumnos	18
Anexo II: Encuesta realizada a los profesores	21

1.SOBRE LA EMPRESA

El nombre de nuestra empresa va a ser ***Magic moments***.



Nuestro producto consiste en la elaboración artesanal de copos de nieve decorativos, diseñados a partir de materiales sostenibles. Para su fabricación utilizamos piezas de palitos de helado de madera para formar los copos de nieve. Cada copo se pinta y decora de manera individual añadiendo acuarelas, accesorios u otros materiales. Haciendo así cada copo único y diferente

El objetivo principal es ofrecer un producto artesanal, creativo y sostenible, ideal para decorar tu hogar en las fiestas navideñas. Además con nuestro estudio de mercado podemos adaptar los copos según el gusto y las preferencias de las personas, como la personalización con nombres, accesorios específicos... de acuerdo con las preferencias del cliente.

Integrantes:

- **Almudena Peña López**
- **María Rebanales Casado**
- **Alejandro Vázquez Pulido**

1.1 Organigrama:



1.2 Presentación del equipo:

Almudena Peña López será la CEO de la empresa. Además de dirigir el equipo y supervisar la toma de decisiones, se encargará de la gestión financiera dentro del plan de ventas y también la parte del marketing.

María Rebanales Casado desempeñará el cargo de codirectora. Su principal función será la gestión de recursos humanos, ocupándose de la organización y bienestar del personal. También llevará la supervisión y control de la producción de los copos de nieve.

Alejandro Vazquez Pulido desempeñará el cargo de codirector. Además de encargarse del diseño de la web y documento, su principal función será toda la parte de informática gracias a su conocimiento en este sector.

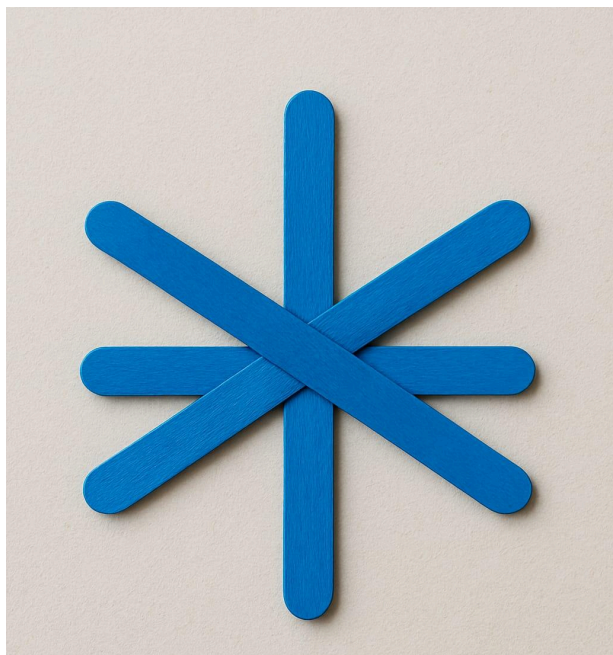
2. PRESENTACIÓN DE NUESTRO PRODUCTO

Nuestro producto se divide en los copos pequeños y los grandes. Son ideales para decorar árboles de Navidad, ventanas o cualquier sitio de tu hogar.

Copos de nieve pequeños



Copos de nieve grandes



2.1 Elaboración:

- 1) Seleccionamos seis palitos de helado del mismo tamaño. Una vez que estén limpios y secos empezamos a pintar.
- 2) Con la ayuda del pincel, aplicamos una capa de pintura acrílica sobre cada palito.
- 3) Esperamos a que se sequen antes de continuar. Si queremos un color más intenso le damos otra capa de pintura.
- 4) Tomamos para el copo de nieve pequeño tres palitos y los colocamos en forma de asterisco, cruzándose en el centro para formar la base del copo. Lo aseguramos con la silicona caliente, pegándolo.

- 5) Luego, cortamos los tres palitos restantes por la mitad y lo pegamos en los extremos de los palitos principales, formando un copo de nieve.
- 6) Una vez que esté seco, para adornarlo ponemos perlas de prácticas usando la silicona. Lo mismo con la purpurina.
- 7) Para poder colgar el copo de nieve, cogemos el hilo y con la silicona lo pegamos en la parte superior del copo de nieve, para poder colgarlo.
- 8) Una vez hecho todo este proceso, aseguramos que están secos y aquí terminaría la elaboración de los copos de nieve.

2.2 Listado de Materiales

MATERIALES	SITIO DE COMPRA	PRECIO
Set de pinceles de 10 piezas	Shein	0,97€
Rollo de 100M, de cuerda	Shein	1,60€
Perlas decorativas	Shein	0,83€
Purpurina blanca	Shein	0,94€
Palitos de Madera	Shein	2,93€/ 6 unds de 200
Barras de pegamento en caliente	Shein	1,34€
Pintura Acrílica en tubo Azul	Shein	1,81€
Pintura Acrílica en tubo Gris	Shein	1,81€
Pintura Acrílica en tubo Verde	Shein	1,81€
Pintura Acrílica en tubo Rojo	Shein	1,81€

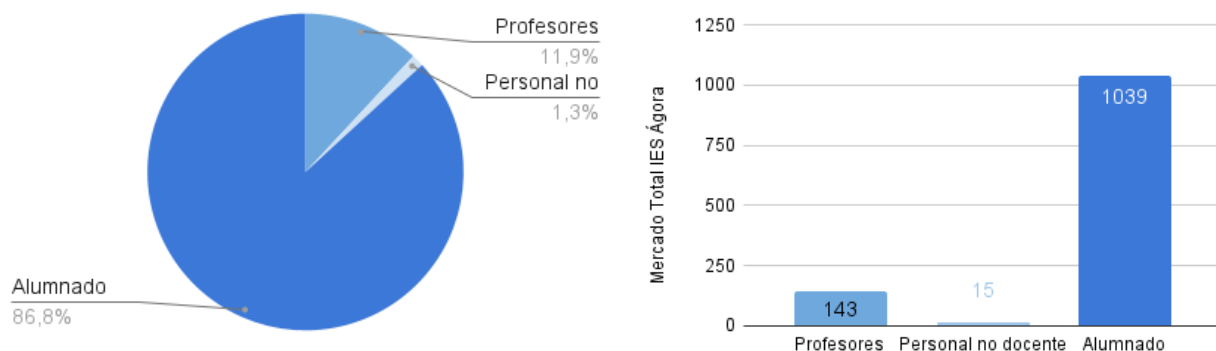
3. PLAN DE VENTAS

3.1. Análisis del mercado

Hemos realizado un análisis del mercado total de nuestro instituto para el mercado navideño y así conocer sus gustos y preferencias.

3.1.1 Mercado total

Mercado Total del IES Ágora

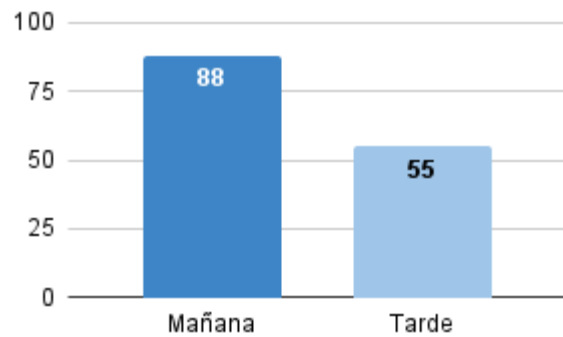
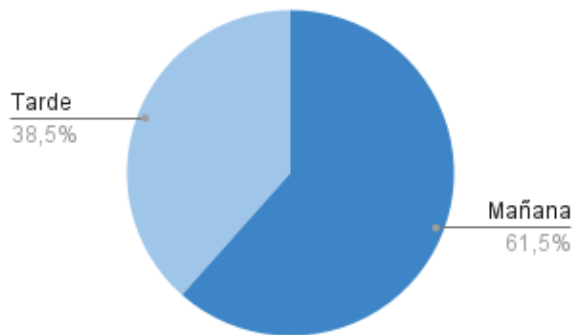


Tras conocer los datos del mercado total del IES Ágora vemos cómo se clasifica en Profesores (11,9%), de alumnos (86,8%) y personal no docente (1,3%) que componen el total de personas en el centro.

3.1.2 Grupo profesorado

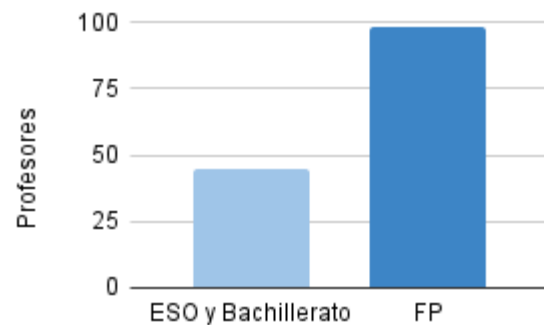
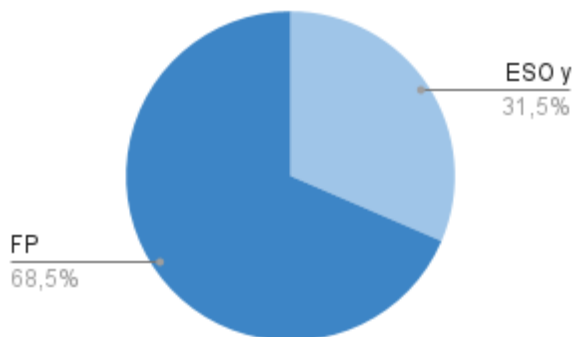
Aquí analizamos al grupo de los profesores. Utilizamos primero los datos secundarios que nos ha proporcionado la jefatura de estudios para conocer la composición, género y turno. Esto lo utilizaremos para conocer sus gustos y preferencias donde haremos un cuestionario. El total de profesores al que nos dirigimos asciende a 143 personas

Turnos de trabajo



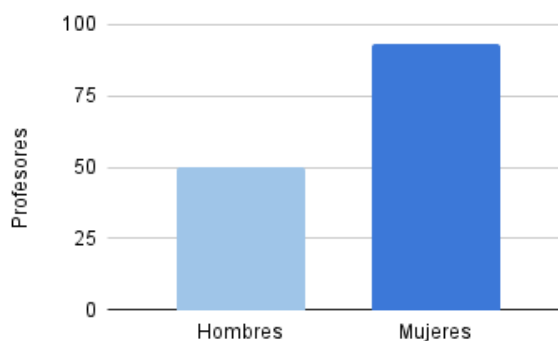
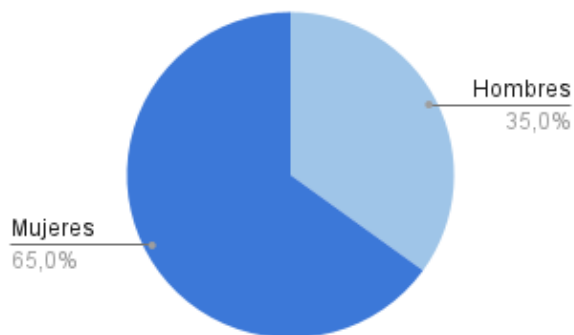
Este gráfico nos indica la composición de profesores que dan clase por la tarde (38,5%) y por la mañana (61,5%). Esto implica que nuestro mercado se va a centrar sobre todo en vender a los profesores con el turno de mañana.

Por nivel en el que imparte



Este gráfico nos indica la composición de profesores que dan a FP (65,8%), Bachillerato y la ESO (31,5%) en el centro. Esto implica que al dominar los profesores de FP debemos centrarnos en ese segmento de profesores.

Por género



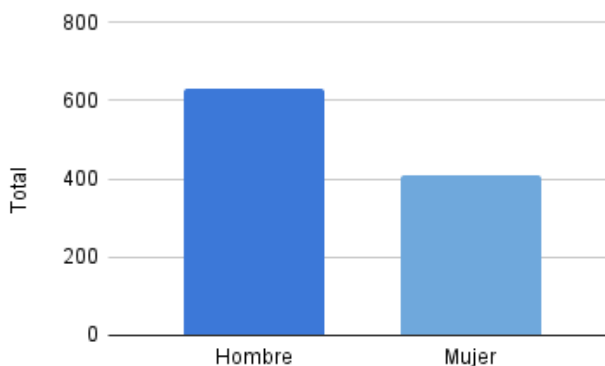
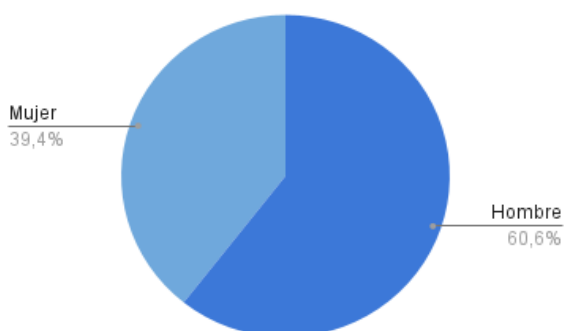
Este gráfico nos indica la composición de los profesores entre hombres y mujeres que hay en total en el centro.

Por los datos en el centro hay más alumnos hombres con un (35,0%) que alumnas mujeres (65,%).

3.1.3 Grupo alumnado

Según los datos sobre matriculación en el curso 2025-2026 proporcionados por el jefe de estudios, el total de alumnos al que nos dirigimos asciende a 1.039 personas.

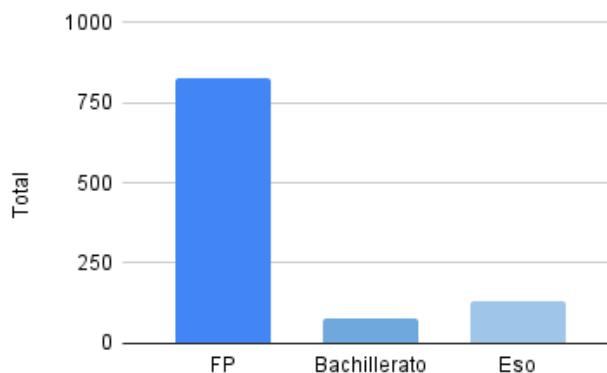
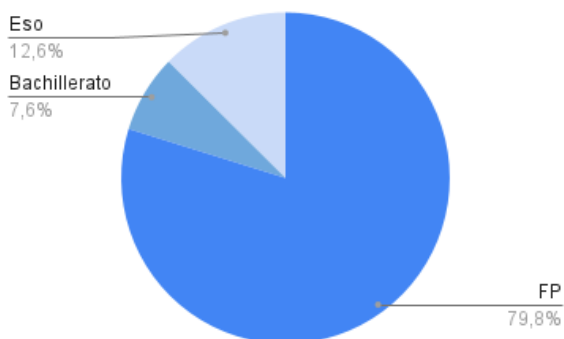
Distribución del alumnado según el género



Este gráfico nos indica la composición de los alumnos entre hombres y mujeres que hay en total en el centro.

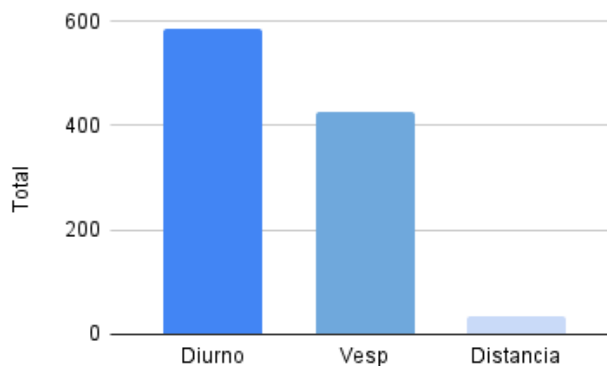
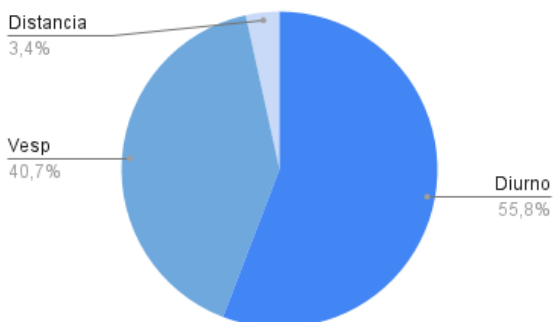
Por los datos en el centro hay más alumnos hombres con un (60,6%) que alumnas mujeres (39,4).

Distribución del alumnado según la titulación



El gráfico indica que la mayoría de alumnos(un 79,8 % en total) estudian en grados.La ESO se encuentra en la segunda posición (un 12,6%) de alumnos que estudian este año y bachillerato (con un 7,6%) es el nivel que menos alumnado tiene este año.

Distribución del alumnado según los turnos



Por último, el gráfico siguiente nos indica el porcentaje de alumnado que hay en cada turno de enseñanza.

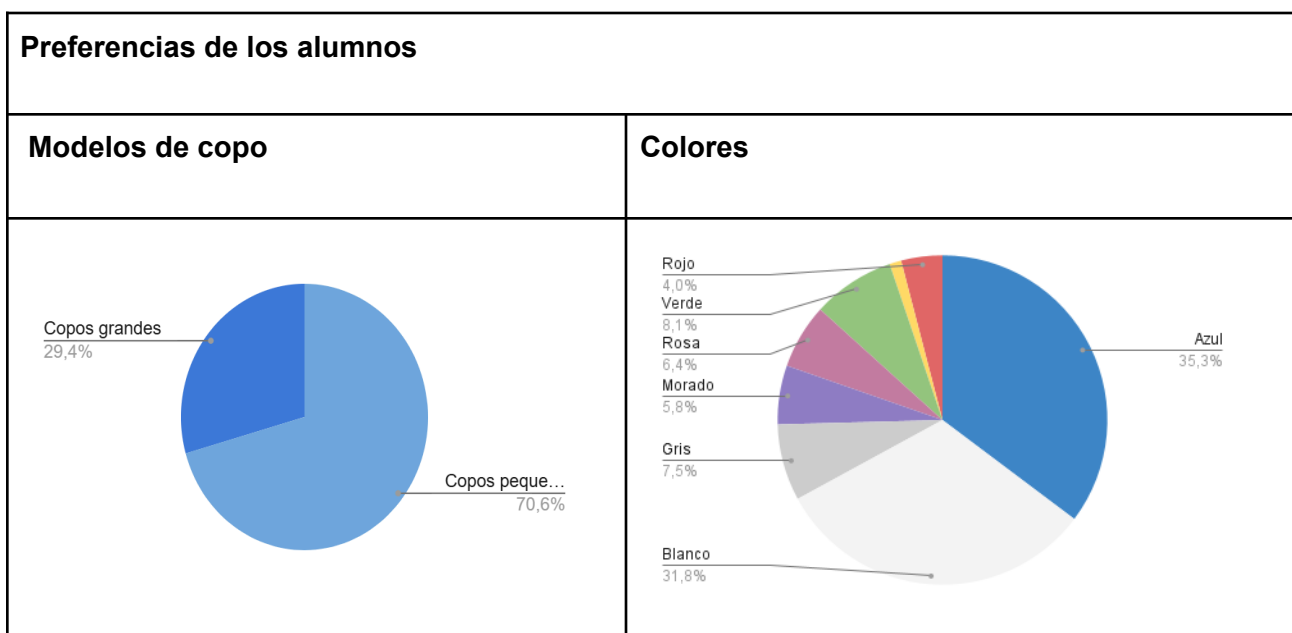
La mayoría de alumnos matriculados se encuentran en el turno diurno (con un 55,8%), el segundo con más alumnos matriculados es el turno de tarde, casi la misma posición que el turno de mañana (con un 40,7%). Por último el turno a distancia (con un 3,4%)

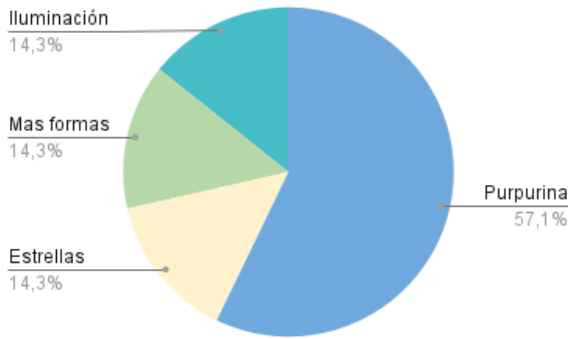
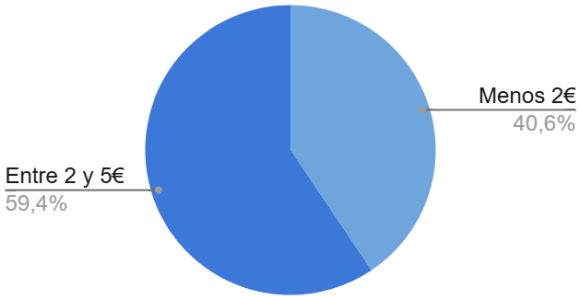
3.1.4 Cuestionario a alumnos

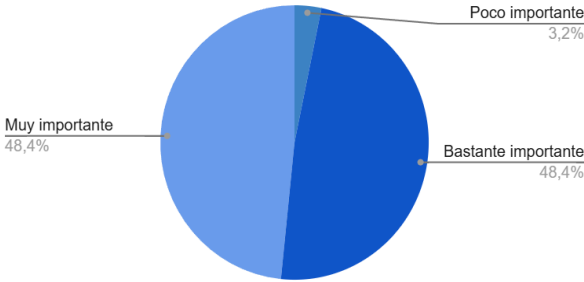
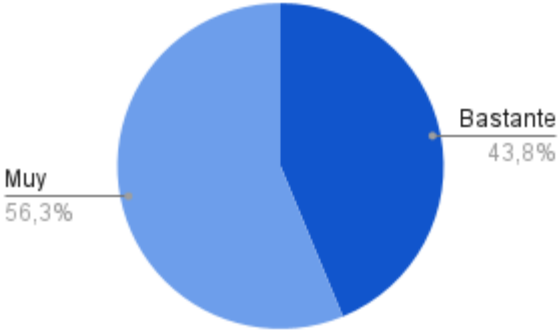
Como no disponíamos de información en el centro acerca de los gustos y preferencias de nuestro público objetivo, así como del precio máximo que estarían dispuestos a pagar, hemos diseñado un cuestionario: que se adjunta en el [Anexo I](#).

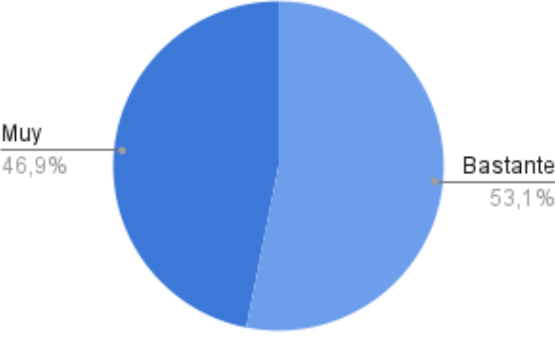
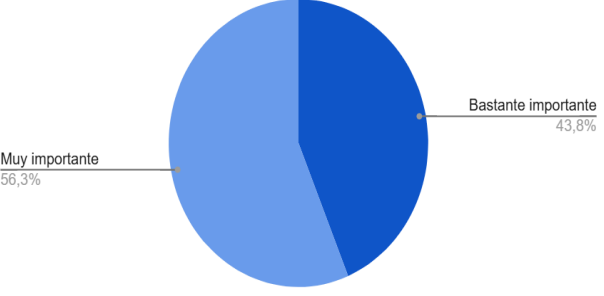
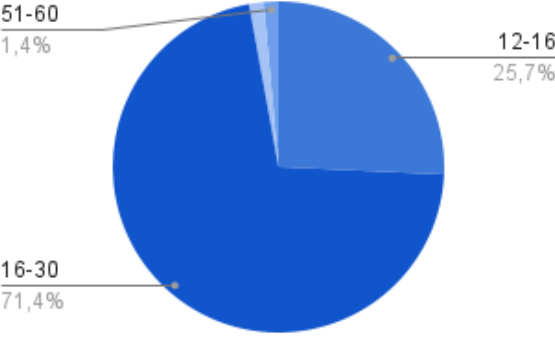
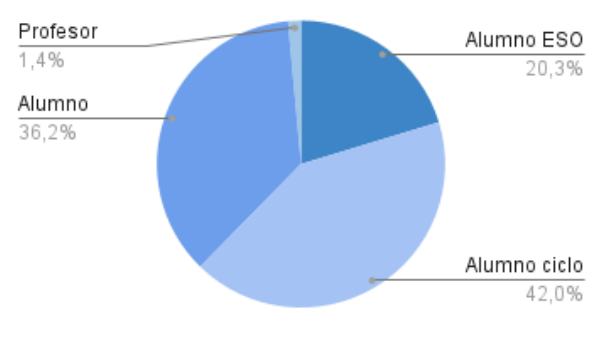
Realizamos el cuestionario en diferentes clases del instituto, llegando a obtener una muestra de 71 alumnos.

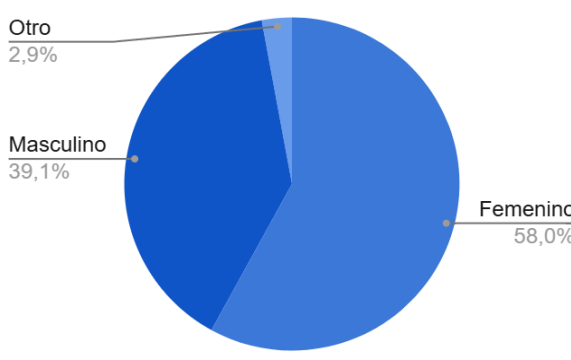
Estuvimos en varias clases del centro entrevistando a un total de 71 personas entrevistadas, el resultado obtenido cada



En el primer caso, se observa que el 29,4% de las personas ha preferido los copos grandes, mientras que el 70,6% se ha inclinado por los copos de nieve pequeños. Por lo tanto, al notar una mayor aceptación de estos últimos, consideraremos esta preferencia para producir una mayor cantidad de copos pequeños.	En cuanto al tema de los colores, las preferencias han sido bastante variadas. Sin embargo, hemos identificado que los tonos que más han destacado son el azul, el blanco y, en menor medida, el gris. Por ello, tomaremos en consideración estos resultados para futuras propuestas de diseño.																
Complementos	Dinero dispuestos a pagar																
 <table border="1"> <caption>Complementos</caption> <thead> <tr> <th>Complemento</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Purpurina</td> <td>57,1%</td> </tr> <tr> <td>Iluminación</td> <td>14,3%</td> </tr> <tr> <td>Mas formas</td> <td>14,3%</td> </tr> <tr> <td>Estrellas</td> <td>14,3%</td> </tr> </tbody> </table>	Complemento	Porcentaje	Purpurina	57,1%	Iluminación	14,3%	Mas formas	14,3%	Estrellas	14,3%	 <table border="1"> <caption>Dinero dispuestos a pagar</caption> <thead> <tr> <th>Rango de Precio</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Entre 2 y 5€</td> <td>59,4%</td> </tr> <tr> <td>Menos 2€</td> <td>40,6%</td> </tr> </tbody> </table>	Rango de Precio	Porcentaje	Entre 2 y 5€	59,4%	Menos 2€	40,6%
Complemento	Porcentaje																
Purpurina	57,1%																
Iluminación	14,3%																
Mas formas	14,3%																
Estrellas	14,3%																
Rango de Precio	Porcentaje																
Entre 2 y 5€	59,4%																
Menos 2€	40,6%																
En este apartado, las personas encuestadas han aportado diversas ideas para mejorar nuestro producto. La propuesta más solicitada ha sido añadir purpurina, con un 57,1% de los votos, por lo que consideraremos esta opción para futuras versiones del producto.	En cuanto al precio, inicialmente no teníamos definido un valor fijo para nuestros copos de nieve. Según los resultados obtenidos, la opción más votada fue un precio entre 2 y 5 euros por copo (59,4%), seguida de la opción de menos de 2 euros (40,6%). Por lo tanto, tomaremos en cuenta estos datos para establecer un precio adecuado y accesible																

Producto artesano	Precio asequible														
 <table border="1"> <caption>Importancia del producto artesano</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Muy importante</td> <td>48,4%</td> </tr> <tr> <td>Bastante importante</td> <td>48,4%</td> </tr> <tr> <td>Poco importante</td> <td>3,2%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Muy importante	48,4%	Bastante importante	48,4%	Poco importante	3,2%	 <table border="1"> <caption>Importancia del precio asequible</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Muy</td> <td>56,3%</td> </tr> <tr> <td>Bastante</td> <td>43,8%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Muy	56,3%	Bastante	43,8%
Categoría	Porcentaje														
Muy importante	48,4%														
Bastante importante	48,4%														
Poco importante	3,2%														
Categoría	Porcentaje														
Muy	56,3%														
Bastante	43,8%														
En este apartado, descubrimos cómo les gustaría a nuestros clientes que fuera el producto. La gran mayoría consideró muy importante que el producto sea artesano (48,4%), mientras que otro 48,4% lo valoró como bastante importante, y solo un 3,2% lo consideró poco importante. Por lo tanto, daremos prioridad a que el producto mantenga un carácter artesanal.	En cuanto al precio, el 56,3% de los encuestados considera que es muy importante que el producto sea asequible, mientras que un 43,8% lo valora como bastante importante. Por lo tanto, daremos especial atención a mantener un precio accesible para nuestros clientes.														
Acabado profesional	Sostenible														

 Muy 46,9% Bastante 53,1%	 Muy importante 56,3% Bastante importante 43,8%
En cuanto al acabado del producto, los resultados muestran que el 53,1% de los encuestados lo considera bastante importante, mientras que un 46,9% lo valora como muy importante. Por lo tanto, prestaremos especial atención a la calidad del acabado de nuestro producto.	Al preguntar sobre la importancia de que nuestro producto sea sostenible, la gran mayoría de los encuestados lo consideró muy importante. Por lo tanto, daremos prioridad a implementar prácticas sostenibles en nuestro producto.
Edad	Estudios
 51-60 1,4% 12-16 25,7% 16-30 71,4%	 Profesor 1,4% Alumno ESO 20,3% Alumno ciclo 42,0% Alumno 36,2%

Entre las diferentes franjas de edad encuestadas, la mayoría corresponde al grupo de 16 a 30 años (71,4%), seguido del grupo de 12 a 16 años (25,7%) y, por último, del grupo de 51 a 60 años (1,4%). Por lo tanto, nuestro producto estará principalmente orientado a los jóvenes adultos.	Al presentar el cuestionario en distintas clases del instituto, observamos que la mayoría de los participantes pertenecen a ciclos formativos y bachillerato. Por lo tanto, nuestro enfoque se centrará principalmente en estos niveles educativos.								
Género En cuanto al género, los resultados muestran que la mayoría de las personas encuestadas pertenecen al género femenino. Por lo tanto, consideraremos esta tendencia al orientar nuestro producto.	 <table border="1"> <caption>Distribución de Género</caption> <thead> <tr> <th>Género</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Femenino</td> <td>58,0%</td> </tr> <tr> <td>Masculino</td> <td>39,1%</td> </tr> <tr> <td>Otro</td> <td>2,9%</td> </tr> </tbody> </table>	Género	Porcentaje	Femenino	58,0%	Masculino	39,1%	Otro	2,9%
Género	Porcentaje								
Femenino	58,0%								
Masculino	39,1%								
Otro	2,9%								

Conclusión

Después de realizar el análisis de mercado del IES Ágora conocemos las preferencias y necesidades de nuestro público objetivo para el mercado navideño. La mayor parte del mercado está compuesto por alumnado (86,8%) seguido de profesorado (11,9%) y el personal no docente (1,3%), lo que nos indica que debemos enfocarnos en el público joven.

En el caso del profesorado la mayoría da clases por la mañana (61,5%) y sobre todo a ciclos formativos (65,8%), por otro lado, el alumnado formado por 1.039 personas, con una mayoría son masculinos (60,6%) y se concentra principalmente en ciclos formativos (79,8%)

En los resultados del cuestionario realizado se nota una preferencia mayor por los copos de nieve pequeños (70,6%), con colores azul, blanco y gris como los más elegidos. También se destaca que las personas encuestadas valoran mucho que el producto sea artesanal, asequible.

con un acabado profesional y sostenible. La mayoría considera adecuado un precio entre 2 y 5 euros, y una parte importante sugiere añadir purpurina para hacerlo más atractivo.

En conclusión, el análisis realizado nos permite dirigir nuestro plan de ventas a un producto que satisfaga los gustos y preferencias de nuestros clientes.

3.2 Argumentario de ventas

El argumentario es una guía que usa un vendedor para saber qué decir cuando ofrece un producto o servicio

Sirve de ayuda para explicar el producto, dar respuestas tanto a las dudas o quejas, hace que todos los vendedores digan lo mismo y da seguridad al vendedor

3.2.1 Necesidad que satisface nuestro producto

Nuestros copos de nieve buscan satisfacer la necesidad de decorar los hogares de los clientes en navidad, buscando también satisfacer el lado emocional de aquellas personas a las que les encantan estas fechas y decorar sus casas y mantener el espíritu navideño en ellas.

3.2.2 Target Objetivo

Nuestro producto está pensado para personas a las que les guste decorar su hogar en navidad. Se dirige principalmente a personas jóvenes que disfrutan de ese ambiente navideño decorando sus casas con productos artesanales, duraderos y con ese toque original.

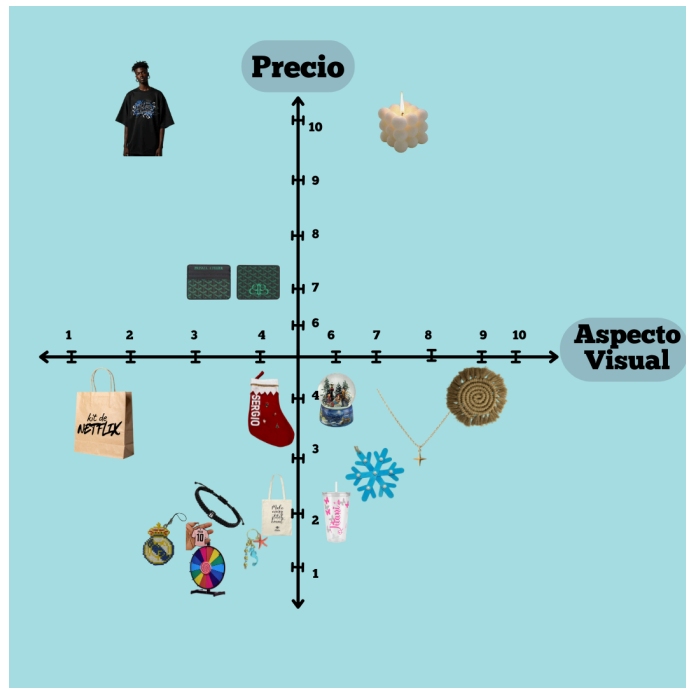
3.2.3 Tabla de características y beneficios del producto

CARACTERÍSTICAS	BENEFICIOS
Dimensiones -Pequeños 10-12 cm -Grandes 18-20 cm	-Los pequeños se pueden llevar más fácil -Los grandes son más llamativo
Peso -Pequeños 9g -Grandes 14g	-Cualquier diseño que escojas vas a poder llevarlos sin dificultad
Materiales -Palos de madera -Pintura acrílica -Silicona -Cuerda de macramé	-Palos de madera: resistentes -Pintura acrílica: colores atractivos -Silicona: duración máxima -Cuerda de macramé: natural
Precio -Pequeños 1,50 -Grandes 2,50	-El precio es bastante asequible
Color -Gris -Verde -Rojo -Azul	-Hay varios colores para elegir.
Modelos -Copos pequeños -Copos grandes	-Los pequeños para decorar cualquier parte de la casa de manera discreta son perfectos. -Los grandes buscan ser más visibles

3.2.3 Tabla con objeciones y réplicas

OBJECIONES	ARGUMENTOS
-Muy pequeño	-Más Práctico
-Se puede romper o caer fácilmente	-Ligero para que aguante el peso
-Silicona poco resistente	-Usamos silicona de alta calidad
-Pintura poco resistente	-Usamos pintura de alta calidad
-Madera puede tener astillas	-Madera bien limada y de alta calidad
-Color de cuerda no combina	-Cuerda de color neutral, combina con todo
-Barato = malo	-Productos en promoción navideña
-En internet está mas barato	-Colores de temporada navideña
-Pocos colores, pocos modelos	-Para que los productos tengan mayor adaptabilidad a los clientes y llegar a un mayor número

3.2.6 Mapa de posicionamiento



3.2.7. Análisis de la competencia

- Listado de competidores directos e indirectos

Directos	Indirectos
Bolas de nieve: - Precio similar - Misma temática navideña - Producto decorativo pequeño	Artesanía y regalos pequeños: - Hama beads - LLaveros ídolos - Pulseras - Collares - Llaveros de arcilla - Pulseras abalorios varios - Bolsas de chuches - Posavasos hilo

Gorro papa Noel: - Producto navideño - tiene un público objetivo similar	Productos decorativos: - vasos decorados - Carteras, es menos decorativo pero compite como regalo
Velas: - Suelen venderse mucho en mercadillos navideños - Producto decorativo artesanal	Productos temático - Set de Netflix - Tirada a ruleta
	Ropa: - Camisetas urbanas

Nuestra ventaja competitiva es ofrecer copos de nieve decorativos originales y artesanales que sería un diseño único, con un tamaño variable pequeño o grande, que tiene un diseño navideño, para que lo puedas decorar o regalar, con un precio accesible.

Nuestro producto es perfecto para la época de navidad, para mercadillo o incluso para regalar. Es fácil de llevar

3.3. Análisis DAFO



3.4. Planteamiento de objetivos de venta / Calendario de Actuaciones

Objetivo propuesto	Resultado del mercado	¿Objetivo conseguido?
1. Conseguir una cuota de mercado de ____%		
2. Vender _40_ unidades de producto		
3. Obtener una facturación de _70 €		
4. Obtener un beneficio después de recuperar la inversión de __13,33__ €		
5. En la matriz BCG, ocupar una posición de _vaca_		

3.5. Promociones en el punto de venta

3.5.1. MÉTODO SPIN

- ¿Qué preguntas utilizarías para hacer el diagnóstico de las necesidades del cliente?

No lo vamos a utilizar ya que la gente se acerca directamente al puesto, pero este método nos sirve para obtener información de la necesidad del cliente creando así unos filtros para recomendarle varias opciones.

Las preguntas que nosotros haríamos serían:

- ¿Sueles decorar mucho tu hogar?
- ¿Prefieres algo más llamativo o algo más discreto?
- ¿Con cuánto presupuesto cuentas?

3.5.2. MÉTODO AIDA

- ¿Cómo realizarías una presentación del producto ante un público masivo o un cliente?

Están hechos con palos de madera y pintados a mano en colores gris, verde, rojo o azul, por lo que cada pieza tiene un toque único. Los ofrecemos en dos tamaños: pequeños, de 10 a 12 centímetros, y grandes, de 18 a 20 centímetros. Ambos son muy ligeros, así que se pueden colgar fácilmente en cualquier espacio.

Cada copo está hecho con cuidado usando silicona y lleva una cuerda de macramé que le da un acabado elegante y natural. Son ideales para decorar el hogar, tiendas, o incluso para regalar. Tenemos dos modelos: copo pequeño y copo grande, listos para adaptarse a diferentes gustos y estilos. Lo mejor es su precio: los pequeños cuestan solo 1,50 €, y los grandes 2,50 €, lo que los hace una opción económica sin perder calidad ni detalle artesanal.



NUEVO
producto

COPO DE NIEVE

- Palos de madera
- Cuerda de yute
- Decoración

MÁS INFORMACIÓN:

MAGIC MOMENTS

3.5.3. VENTA CRUZADA (CROSS SELLING)



3.5.4. VENTA EN ALZA (UP SELLING)



Anexo I: Encuesta realizada a los alumnos

[Enlace al formulario](#)

Estudio de mercado: Copos de nieve (Magic moments)

Queridos compañeros del IES Ágora:

Somos Almudena Peña y María Rebanales de **2º de Gestión de Ventas y espacios comerciales**, estamos realizando un **estudio de mercado** de cara a comenzar la fabricación de los productos del **Mercadillo Navideño**: copos de nieve con palos de helado.

Por ello, necesitamos que respondáis **sólo a 8 preguntas**. **Prometemos que no os llevará mas de 1 minuto** y la información será muy útil para nosotras. Todas **las respuestas serán anónimas** y no estarán asociadas a ningún correo.

Feliz día y muchísimas gracias por vuestra colaboración.

1. A continuación os enseñamos las diferentes categorías de productos que van a elaborar. A modo de sondeo, señalad aquellos en los que podríais estar interesados o que os resulten más atractivos.

(NOTA: Las imágenes no son los productos definitivos)



☐ Copos de nieve pequeños



☐ Copos grandes

2. ¿Que colores te parecen mejor idea para este producto?

0 puntos

- ☐ Azul
- ☐ Verde
- ☐ Rojo
- ☐ Morado
- ☐ Rosa
- ☐ Amarillo
- ☐ Gris
- ☐ Blanco
- ☐ Otro: _____

3. ¿Se te ocurre alguna otra idea de producto que pudiese ser interesante ofrecer?
Escribe a continuación tu respuesta:

Tu respuesta

4. De forma aproximada, cuál sería el presupuesto máximo que te gastarías en productos realizados por nuestros alumnos?

- ☐ Menos de 2 euros
- ☐ Entre 2 y 5 euros
- ☐ Más de 5 euros

5. A la hora de comprar este producto en el IES Ágora, ¿cómo de importantes son para ti los siguientes aspectos?

	Poco importante	Bastante importante	Muy importante
Que se vea que es un producto artesano	☐	☐	☐
Que el precio sea asequible	☐	☐	☐
Que el acabado sea profesional	☐	☐	☐
Nosotras somos sostenible, ¿cómo lo valoras tu?	☐	☐	☐

6. Señala en qué intervalo te encuentras

- ☒ Entre 12 y 16 años
- ☐ Entre 16 y 30 años
- ☐ Entre 31 y 40 años
- ☐ Entre 41 y 50 años
- ☐ Entre 51 y 60 años
- ☐ Más de 60 años

7. Indica a cuál de estos grupos perteneces:

- ☐ Profesor
- ☐ Alumno ESO
- ☐ Alumno bachillerato
- ☐ Alumno ciclo formativo
- ☐ Personal no docente

8. Indica tu género:

- ☐ Femenino
- ☐ Masculino
- ☐ Otro

Anexo II: Encuesta realizada a los profesores

[Formulario profesorado](#)

Estudio de mercado: profesorado del IES Ágora

B *I* U  

Queridos compañeros del IES Ágora:

Los alumnos de **1º y 2º de Gestión de Ventas y 1º de Actividades Comerciales**, están realizando un **estudio de mercado** de cara a comenzar la fabricación de los productos del **Mercadillo Navideño**.

Por ello, necesitamos que respondáis **sólo a 5 preguntas**. **Prometo que no os llevará mas de 1 minuto** y la información será muy útil para nosotros. Todas **las respuestas serán anónimas** y no estarán asociadas a ningún correo.

Feliz día y muchísimas gracias por vuestra colaboración.

1. A continuación os enseñamos las diferentes categorías de productos que van a elaborar nuestros alumnos. A modo de sondeo, señalad todos aquellos en los que podríais estar interesados o que os resulten atractivos.

(NOTA: Las imágenes no son los productos definitivos)

☐ Collares acero modelo: inicial oro/plata.



☐ Collares acero modelo: estrella oro/plata.



☐ Collares modelo: perla oro/plata.



- ☐ Pulsera fina color dorado con inicial



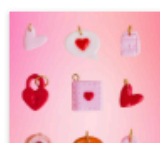
- ☐ Pulsera de cuerda con inicial color plata



- ☐ Llavero de arcilla modelo con inicial (personalizado) (Hechos a mano y barnizado)



- ☐ Llavero de arcilla diseños varios (Hechos a mano y barnizado)



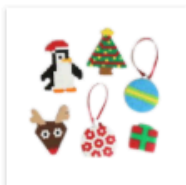
- ☐ Posavasos artesanal de hilo grueso modelo espiral simple



- ☐ Posavasos artesanal de hilo grueso modelo flecos



- ☐ Llaveros y adornos navideños de Hama Beads



- ☐ Bolas de plástico



- ☐ Tarjetero "Prisma Atelier" Negro



- ☐ Tarjetero "Prisma Atelier" Azul



- ☐ Bolsita de tela personalizable con chuches



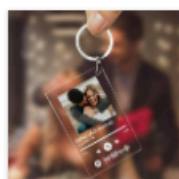
- ☐ Bolsita de tela personalizable de fútbol



☐ Ruleta de la suerte



☐ Llaveros de cantantes o personalizados



☐ Imanes redondos personalizados



☐ Surtido de galletas



2. ¿Se te ocurre alguna otra idea de producto que pudiese ser interesante ofrecer? Escribe a continuación tu respuesta:

Texto de respuesta corta

.....

...

3. A la hora de comprar un producto en el IES Ágora, ¿Cómo de importantes son para tí los siguientes aspectos?

	Poco importante	Bastante importante	Muy importante
Que se vea que es un pr...	☐	☐	☐
Que el precio sea asequi...	☐	☐	☐
Que el acabado sea prof...	☐	☐	☐
Que el fin de la recauda...	☐	☐	☐

...

4. De forma aproximada, cuál sería el presupuesto máximo que te gastarías en productos realizados por nuestros alumnos?

- ☐ Menos de 5 euros
- ☐ Entre 5 y 10 euros
- ☐ Entre 11 y 20 euros
- ☐ Más de 20 euros

...

5. Señala en qué intervalo te encuentras

- ☐ Menos de 30 años
- ☐ Entre 30 y 40 años
- ☐ Entre 41 y 50 años
- ☐ Entre 51 y 60 años
- ☐ Más de 60 años

PLAN DE VENTAS

