

PLAN DE VENTAS



Guadalupe Gómez isidoro
Pedro Fernández Sánchez
Técnicas de ventas y negociación



ÍNDICE

1. SOBRE LA EMPRESA	3
2. PRESENTACIÓN DE NUESTRO PRODUCTO	5
3. PLAN DE VENTAS	8
3.1. ANÁLISIS DEL MERCADO	8
3.2. ANÁLISIS DAFO	17
3.3. PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS DE VENTAS. CALENDARIO DE ACTUACIONES.	18
3.4. PROMOCIONES EN EL PUNTO DE VENTA	19
3.2. ANÁLISIS DAFO	24
3.3. PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS DE VENTAS. CALENDARIO DE ACTUACIONES.	24
3.4. PROMOCIONES EN EL PUNTO DE VENTA	24
3.5 Anexo 1	26
3.6 Anexo 2	



1. SOBRE LA EMPRESA

1) Nombre de la empresa + Principal actividad

El nombre de la empresa será “GIRA Y GANA”. La empresa se dedica a la organización de experiencias interactivas de entretenimiento y promoción a través de una ruleta de premios, así como a la venta de bolsas temáticas para regalar. Estas bolsas están diseñadas en torno a temáticas populares (como películas) e incluyen una selección de productos como golosinas, y pequeños regalos relacionados con la temática.

2) Presentación del equipo



Nuestro equipo está formado por dos estudiantes de segundo curso del Grado Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, con una sólida formación en marketing, atención al cliente, organización comercial y gestión empresarial. A pesar de nuestra juventud, compartimos una gran motivación, creatividad y espíritu emprendedor, que constituyen la base de nuestro proyecto empresarial.



Gira y gana



Guadalupe Gómez Isidoro

jefe de ventas y
administración



Pedro Fernández Sánchez

jefe de informática

3) Sistema de ventas (T1)



2. PRESENTACIÓN DE NUESTRO PRODUCTO

1) Imagen del producto

Ruleta de regalo





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

Materiales

- Ruleta : Wallapop
- Bolsas de regalo <https://share.temu.com/V6KOwXktiXB>
- Bolsa de carton: <https://share.temu.com/FU5s0aRNZKB>
- Bolsas palomitas: <https://share.temu.com/yt6R8YJhI>

Regalos:

- Llaveros : <https://share.temu.com/QZcQZTi5EGB> (2)
- Pulsera de los 12 nudos: <https://share.temu.com/elMpntPeN6B>
- Colgantes : <https://share.temu.com/4zzOCRNOcBB>
- Abridor: <https://share.temu.com/gfbfgHNpF5B>
- Bolis motivadores : <https://share.temu.com/ONHi4VpG1AB>
- Llaveros pato : <https://share.temu.com/MLVgi3gF6yB>



Tabla_1				
Columna 1	Productos	# UNIDADES	PRECIO UD	PRECIO COMPLETO
	Bolsas de Palomitas	25	0,08 €	1,89 €
	Llaveros de lego	20	0,13 €	2,63 €
	Pulsera 12 Nudos	24	0,13 €	3,09 €
	Colgantes	15	0,18 €	2,69 €
	Abridor Llavero	10	0,27 €	2,70 €
	Bolis Motivadores	12	0,20 €	2,45 €
	Llaveros Pato	10	0,20 €	2,00 €
			1,19 €	17,45 €

3) Modo de elaboración

a) Incluir listado con proveedores y precios

Todos nuestros productos son comprados en temu



3. Plan de ventas

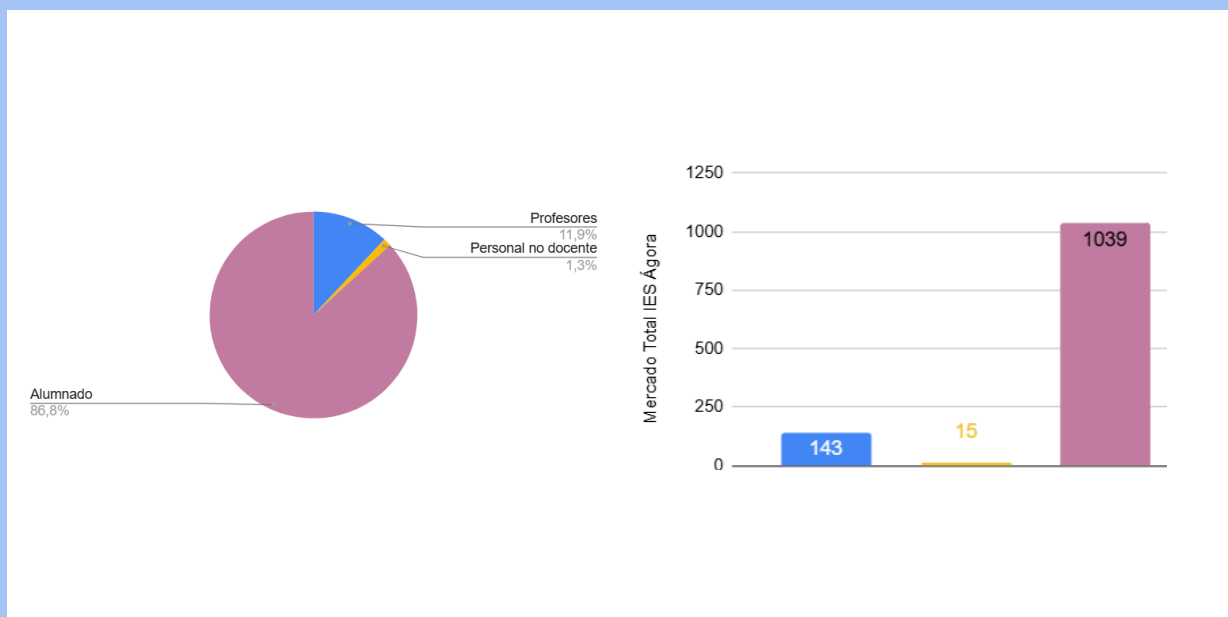
3. PLAN DE VENTAS

3.1. ANÁLISIS DEL MERCADO

1) Nuestro mercado en cifras

Según los datos sobre matriculación en el curso 2025-2026 proporcionados por el jefe de estudio del centro Alberto Lorenzo Prieto, el total de mercado al que nos dirigimos asciende a 1197 personas entre docentes ,alumnos y personal no docente.

MERCADO TOTAL IES ÁGORA



Los gráficos muestran cómo está compuesto el IES Ágora. El grupo más grande es el de los alumnos, que representa la gran mayoría con un 86,8% del total, sumando 1.039 estudiantes.

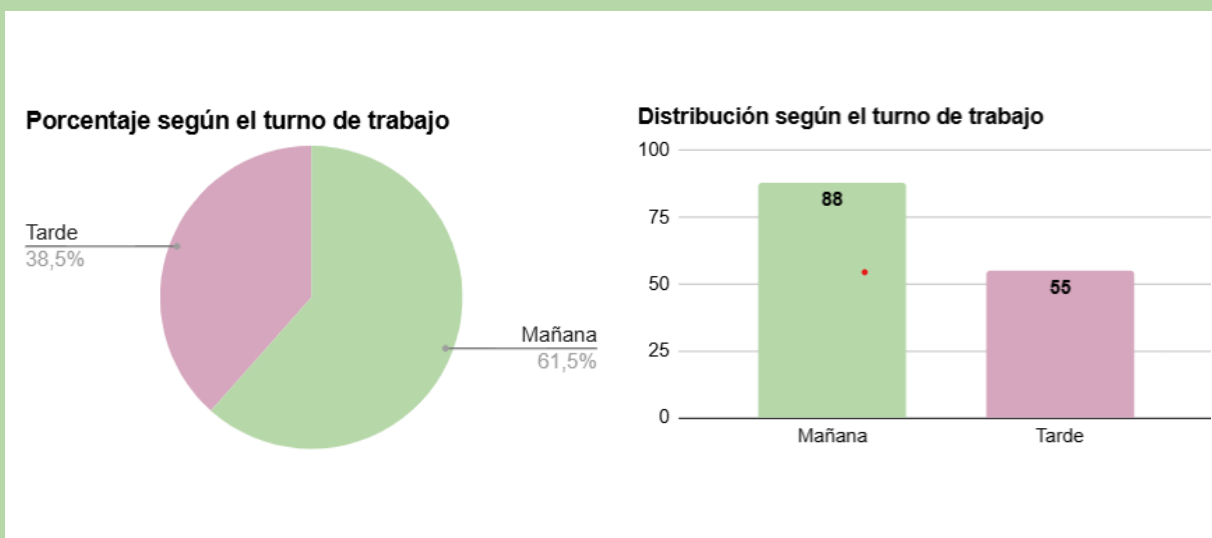
En segundo lugar están los profesores, que suponen el 11,9% con 143 docentes. Por último, el grupo más pequeño es el del personal no docente, que ocupa el 1,3% restante con 15 trabajadores.



a) Datos del profesorado

Según los datos relativos al personal docente del centro en el curso 2025-2026, proporcionados por el jefe de estudio Alberto Lorenzo Prieto, el equipo de profesores está compuesto por un total de 86 profesionales que imparten docencia en las distintas etapas educativas y especialidades del centro.

DISTRIBUCIÓN SEGÚN EL TURNO DE TRABAJO DE PROFESORES

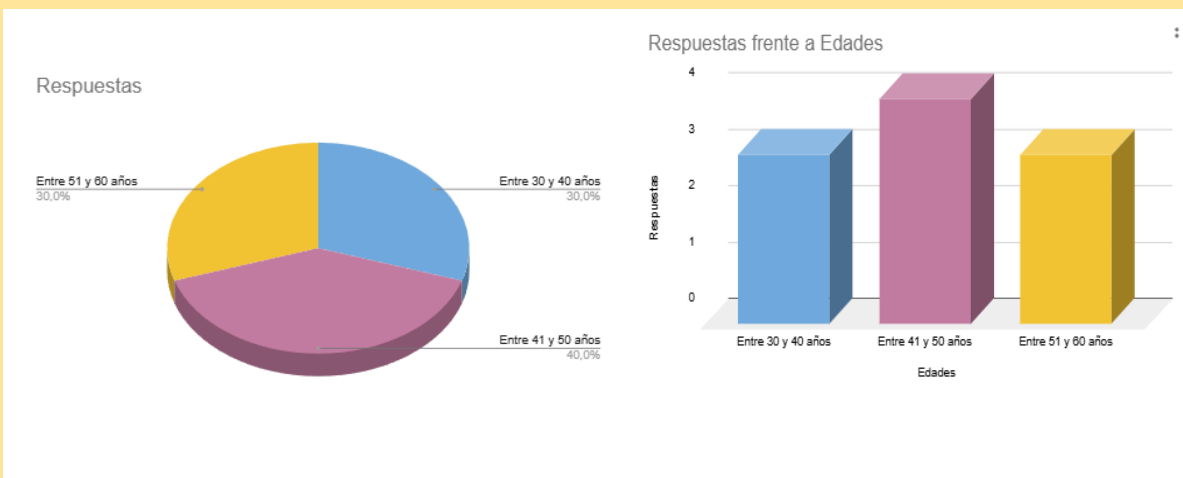


El gráfico muestra que la mayoría de los profesores trabaja en el turno de mañana, representando un 61,5% del total, lo que equivale a 88 docentes.

En segundo lugar se encuentran los profesores del turno de tarde, que suponen el 38,5% restante, con un total de 55 personas.



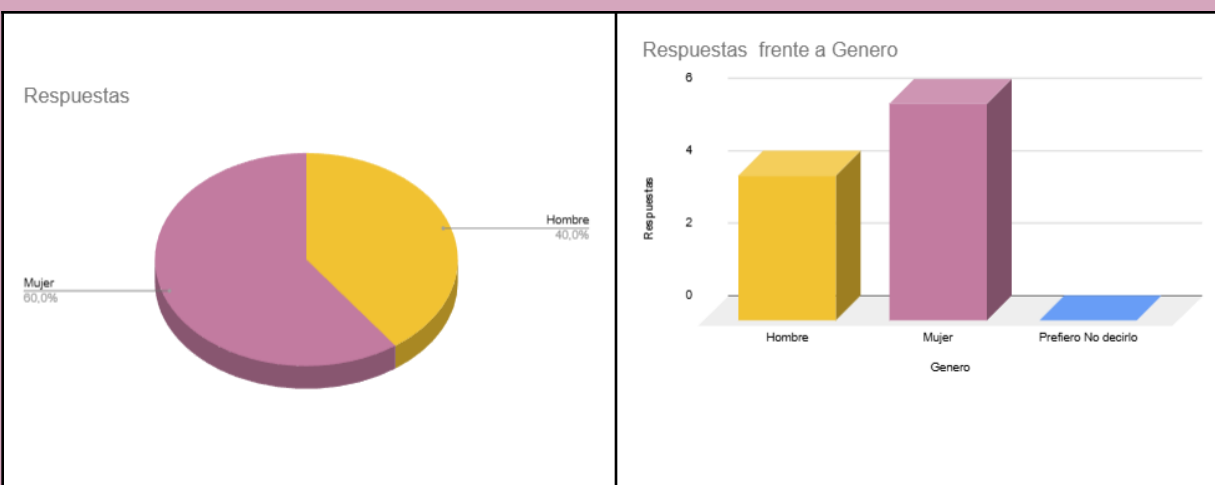
TOTAL PERSONAS FRENTE A EDADES



Los gráficos indican que el grupo mayoritario se encuentra entre los 41 y 50 años, representando el 40,0% del total, lo que corresponde a 4 personas.

En segunda posición se produce un empate entre los otros dos rangos de edad: tanto el grupo de entre 30 y 40 años como el de entre 51 y 60 años suponen un 30,0% cada uno, con 3 personas por categoría.

DISTRIBUCIÓN DE PROFESORES SEGÚN SU GÉNERO

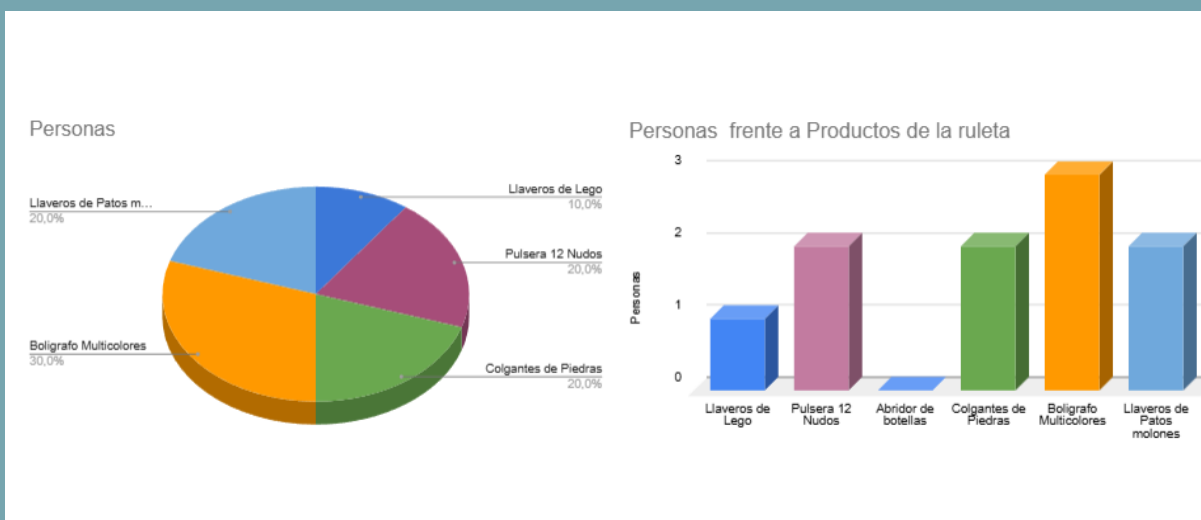


El gráfico indica que la mayoría del profesorado son mujeres, representando un 60,0% del total, lo que equivale a 6 docentes.

Por su parte, los hombres ocupan la segunda posición con un 40,0%, correspondiendo a 4 personas



TOTAL PRODUCTOS MÁS GUSTADOS DE LA RULETA



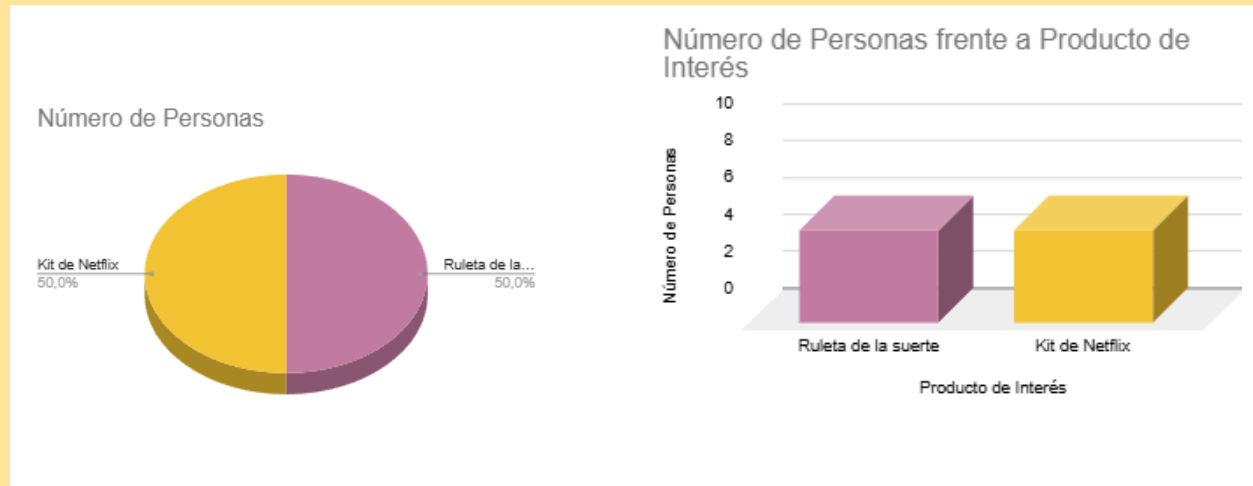
El gráfico muestra que el producto con mayor aceptación son los Bolígrafos multicolores, elegidos por la mayoría con un 30,0% del total, lo que equivale a 3 personas.

En segunda posición se produce un triple empate, donde cada opción representa un 20,0% (2 personas). Estos productos son: las Pulseras de 12 nudos, los Colgantes de piedras y los Llaveros de patos molones.

Por último, los Llaveros de Lego ocupan el lugar más bajo entre los elegidos con un 10,0% (1 persona), mientras que el abridor de botellas no registró ningún voto



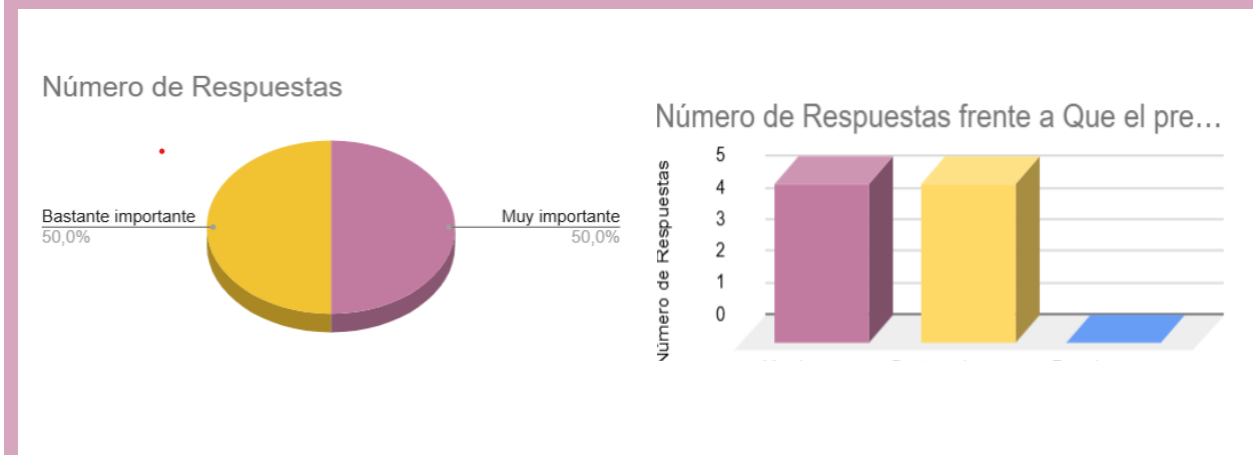
TOTAL PROFESORES SEGÚN PRODUCTO PREFERIDO



Los gráficos revelan un empate técnico en los gustos del profesorado. La mitad de los encuestados (50,0%) señala como su favorito la Ruleta de la suerte, lo que equivale a 5 personas.

Exactamente la misma proporción, el otro 50,0% (5 personas), se decanta por el Kit de Netflix, compartiendo la primera posición en las preferencias.

TOTAL PERSONAS FRENTE A PRECIO ASEQUIBLE



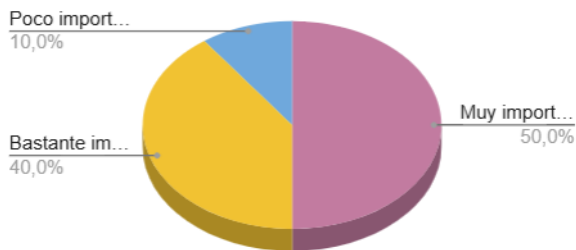
Los gráficos muestran una unanimidad total respecto a la relevancia del precio, produciéndose un empate absoluto entre las dos opciones principales.

El 50,0% de los profesores considera "Muy importante" que el precio sea asequible, lo que corresponde a 5 personas. De igual manera, el otro 50,0% (5 personas) lo valora como "Bastante importante". La opción "Poco importante" no obtuvo ningún voto (0%).

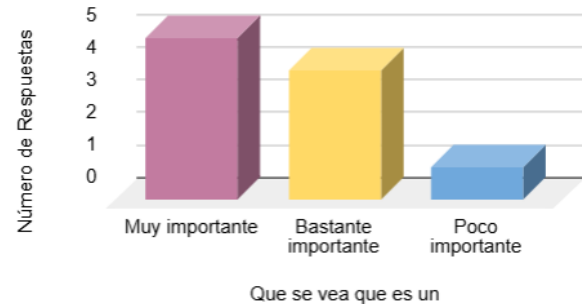


TOTAL PERSONAS FRENTE A QUE SE VEA QUE ES UN PRODUCTO ARTESANAL

Número de Respuestas



Número de Respuestas frente a Que

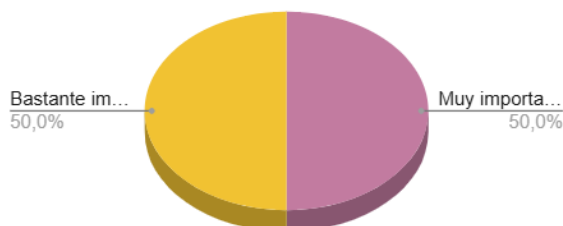


El gráfico indica que para la mayoría de los profesores es fundamental que el producto tenga un carácter manual. El 50,0% considera "Muy importante" que se note que es un producto artesano, lo que equivale a 5 personas.

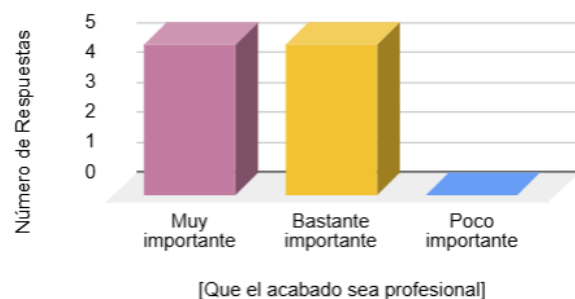
En segunda posición, el 40,0% (4 personas) lo califica como "Bastante importante". Solo una minoría del 10,0% (1 persona) lo considera "Poco importante".

TOTAL PERSONAS FRENTE A PRODUCTOS PROFESIONAL

Número de Respuestas



Número de Respuestas frente a [Qu...]

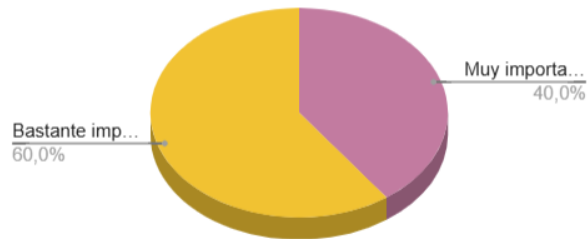


El gráfico indica que la mitad de alumnos (un 50 % en total) le parece bastante importante. Muy importante se encuentra en la segunda posición (un 50%) de profesores que les parece muy importante que sea un precio asequible y poco importante (con un 0 %) es el nivel que menos votado



TOTAL PERSONAS FRENTE A RECAUDACIÓN CAUSA SOCIAL

Número de Respuestas



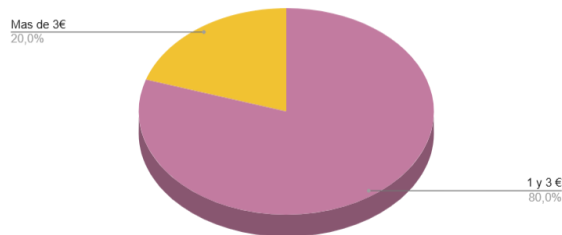
Número de Respuestas frente a [Que...



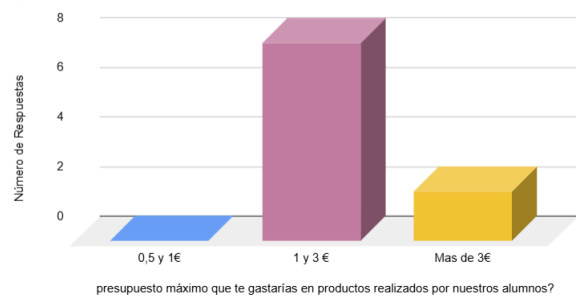
El gráfico indica que la mayoría de profesores (un 60% en total) le parece bastante importante. Muy importante se encuentra en la segunda posición (un 40%) de profesores que les parece bastante importante que se vaya el dinero a una causa social y poco importante (con un 0%) es el nivel que menos votado

TOTAL PERSONAS FRENTE A CUÁNTO GASTARIAN

Número de Respuestas



Número de Respuestas frente a presupuesto máximo que te gastarías en productos realizados por nuestros alumnos?



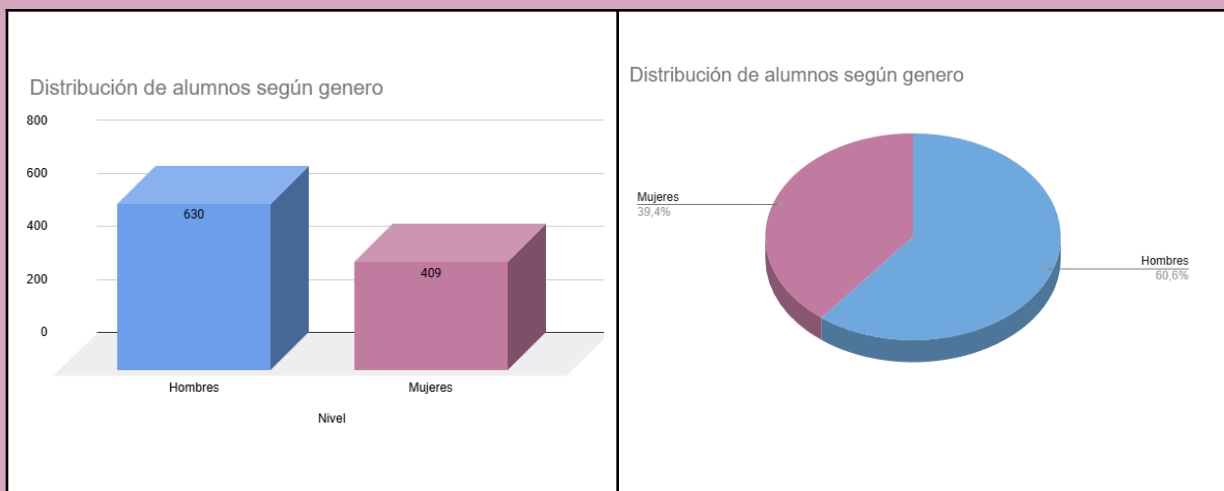
El gráfico indica que la mayoría de profesores (un 80 % en total) pagarían entre 1 y 3€. Más de 3€ se encuentra en la segunda posición (un 20%) de profesores que les parece que sea un precio asequible y 0,5 y 1€ (con un 0 %) es el nivel que menos votado



b) Datos de alumnado

Con el objetivo de conocer en detalle la composición del alumnado del centro, hemos llevado a cabo un estudio exhaustivo basado en los datos de matriculación correspondientes al curso 2025-2026. Según la información facilitada por el jefe de estudio del centro, Alberto Lorenzo Prieto, se ha determinado que el número total de estudiantes matriculados asciende a 1.032, distribuidos entre las diferentes etapas y modalidades educativas que ofrece la institución.

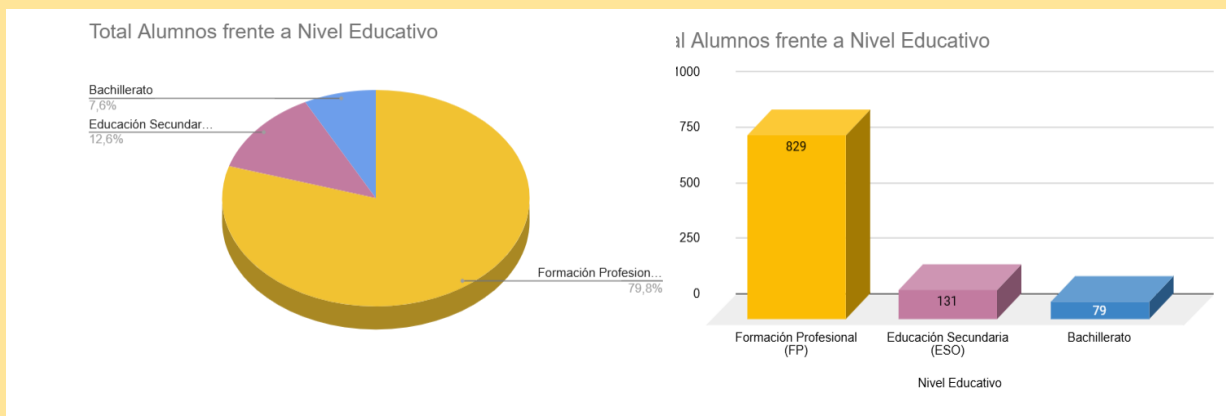
DISTRIBUCIÓN DE ALUMNOS SEGÚN SU GÉNERO



El gráfico indica que la mayoría de alumnos(un 60,6 % en total) son hombres.Las mujeres se encuentran en la segunda posición (un 39,4%) de alumnos que son mujeres.

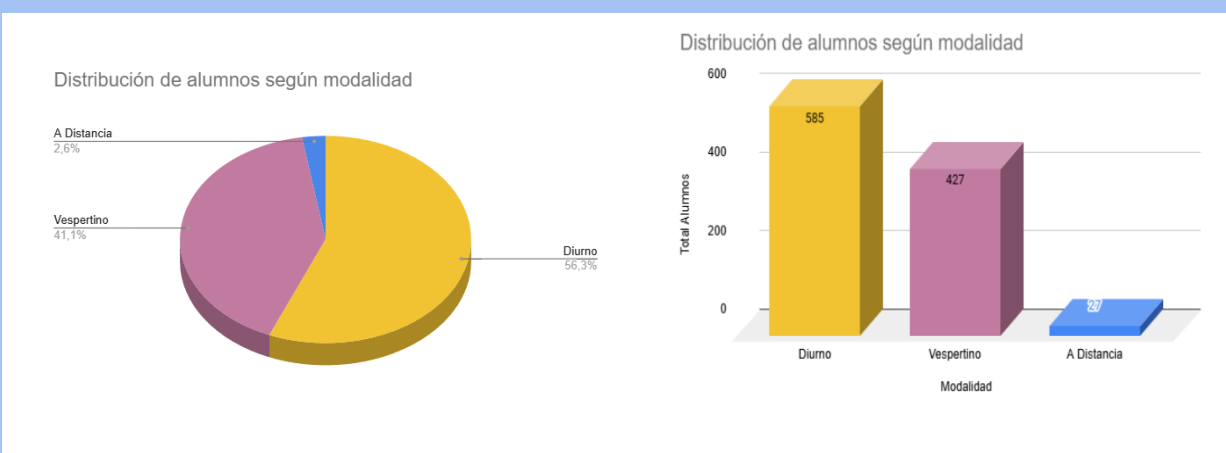


TOTAL ALUMNOS FRENTE NIVEL EDUCATIVO



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.

TOTAL ALUMNOS SEGÚN MODALIDAD

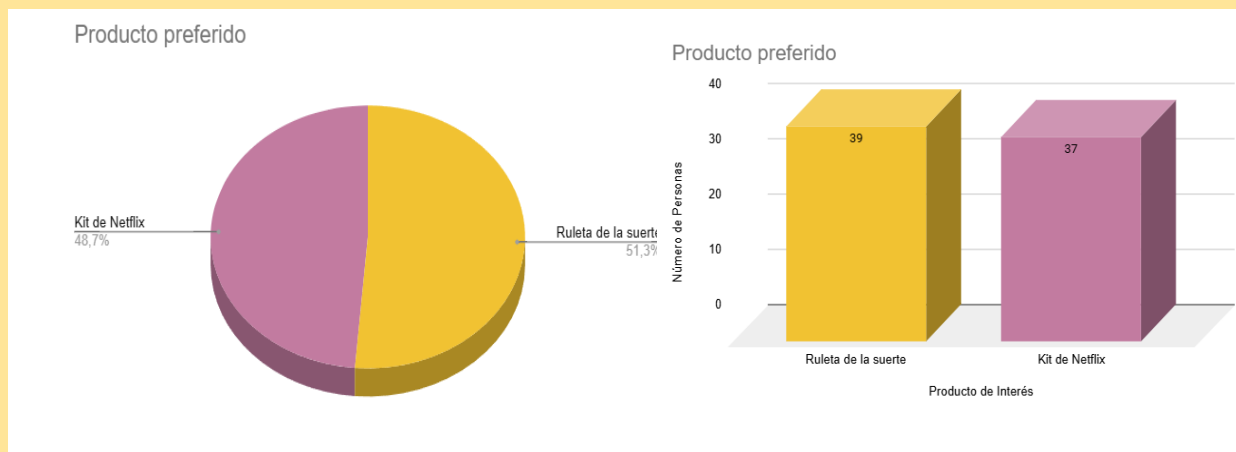


El gráfico indica que la mayoría de alumnos (un 56,3% en total) estudian en turno diurno. El turno vespertino se encuentra en la segunda posición (un 41,1%) de alumnos que estudian en turno vespertino ya distancia o (con un 2,6%) es el nivel que menos alumnado tiene este año.



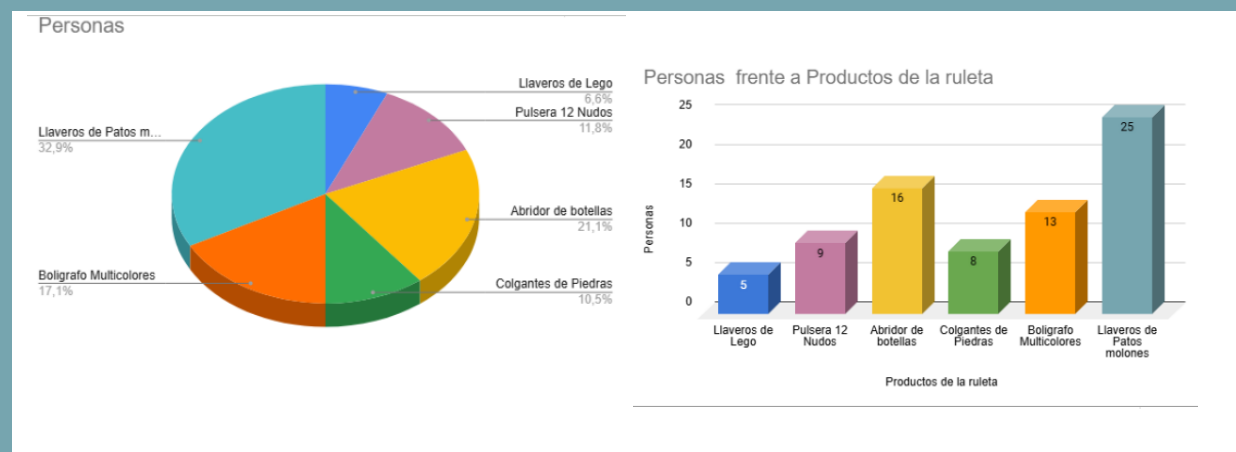
Para saber cual de nuestros productos era el más rentable y el más gustado por nuestro público hemos hecho una encuesta y estos han sido los datos recogidos.

TOTAL ALUMNOS SEGÚN PRODUCTO PREFERIDO



El gráfico indica que la mayoría de alumnos(un 51,3 % en total) su producto preferido es la ruleta de la suerte. El kit de netflix se encuentra en la segunda posición (un 48,7%) de alumnos

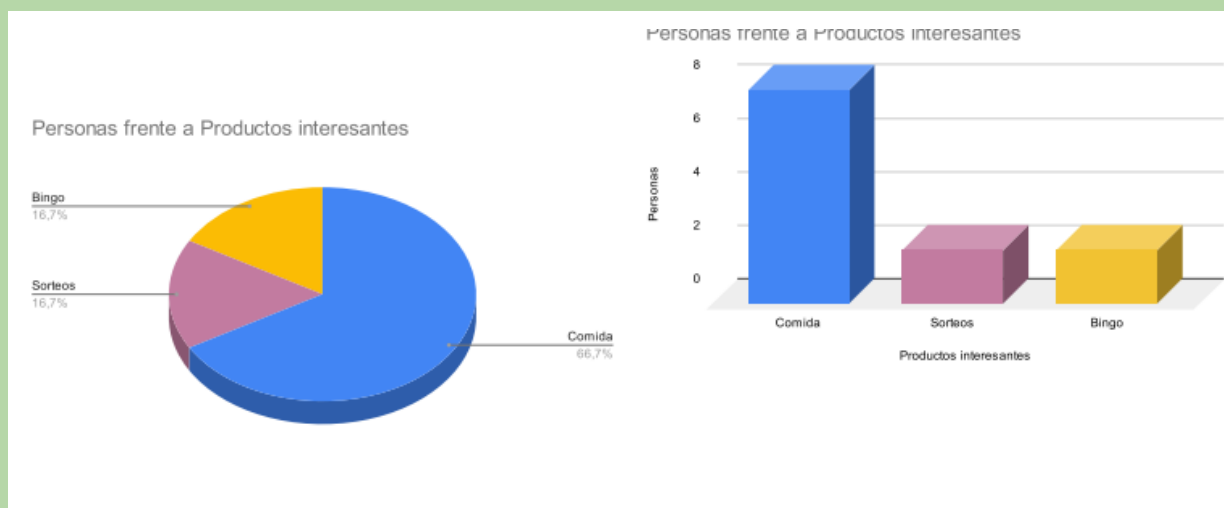
TOTAL PRODUCTOS MÁS GUSTADOS DE LA RULETA



El gráfico indica que la mayoría de alumnos(un 32,9 % en total) lleva llaveros de patos molones. El abridor de botellas se encuentra en la segunda posición (un 21,1%) de alumnos que le ha gustado esa idea, en tercer lugar tenemos bolígrafos multicolores (con un 17,1%), en cuarto lugar tenemos la pulsera de 12 nudos con un (11,8%) en quinto lugar nos encontramos con(10,5%) los colgantes de piedra y por último en el lugar más bajo con un (6,6%) los llaveros de lego.

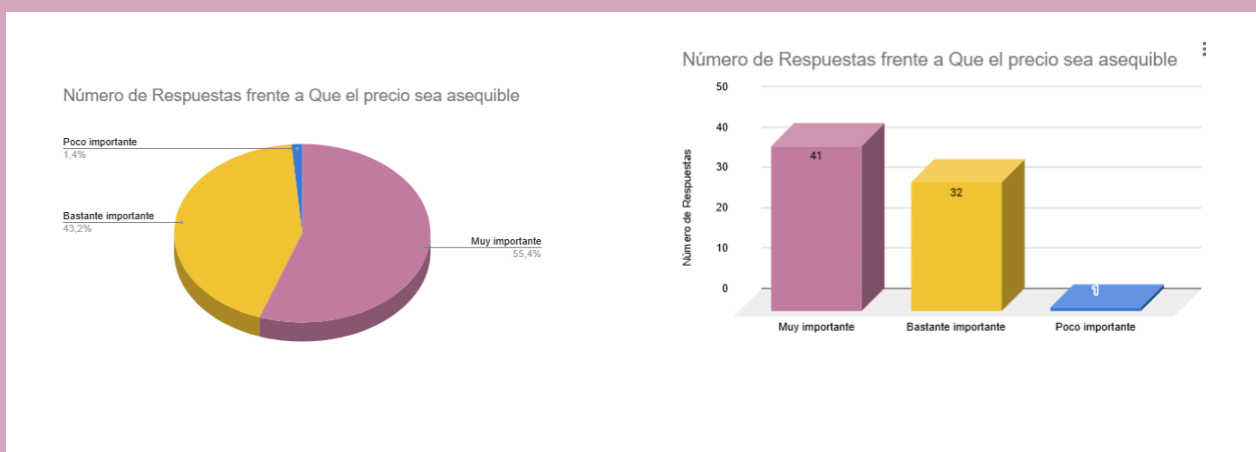


TOTAL PERSONAS FRENTE A PRODUCTOS MÁS INTERESANTES



El gráfico indica que a la mayoría de alumnos (un 34,3 % en total) le parece un producto interesante la comida. El bingo se encuentra en la segunda posición (un 28,6%) de alumnos. Los sorteos se encuentran en tercer lugar (con un 22,9%) y el material escolar (con un 14,3%) es el nivel que menos alumnado tiene este año.

TOTAL PERSONAS FRENTE A PRECIO ASEQUIBLE

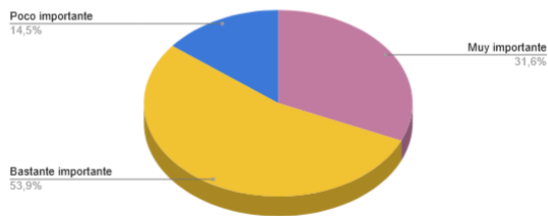


El gráfico indica que la mayoría de alumnos (un 55,4 % en total) le parece muy importante. Bastante importante se encuentra en la segunda posición (un 43,2%) de alumnos que les parece bastante importante que sea un precio asequible y poco importante (con un 1,4%) es el nivel que menos votado.

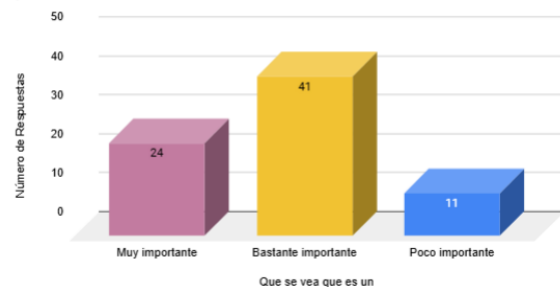


TOTAL PERSONAS FRENTE A QUE SE VEA QUE ES UN PRODUCTO ARTESANAL

Número de Respuestas frente a Que se vea que es un producto artesano



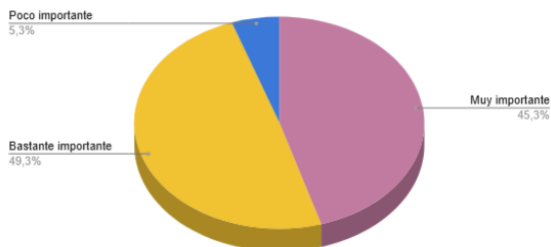
Número de Respuestas frente a Que se vea que es un producto artesano



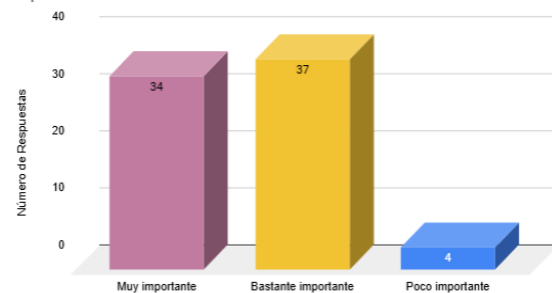
El gráfico indica que la mayoría de alumnos (un 53,9 % en total) le parece bastante importante. Muy importante se encuentra en la segunda posición (un 31,6%) de alumnos que les parece muy importante que sea un precio asequible y poco importante (con un 14,5%) es el nivel que menos votado

TOTAL PERSONAS FRENTE A PRODUCTOS PROFESIONAL

Número de Respuestas Producto Profesional



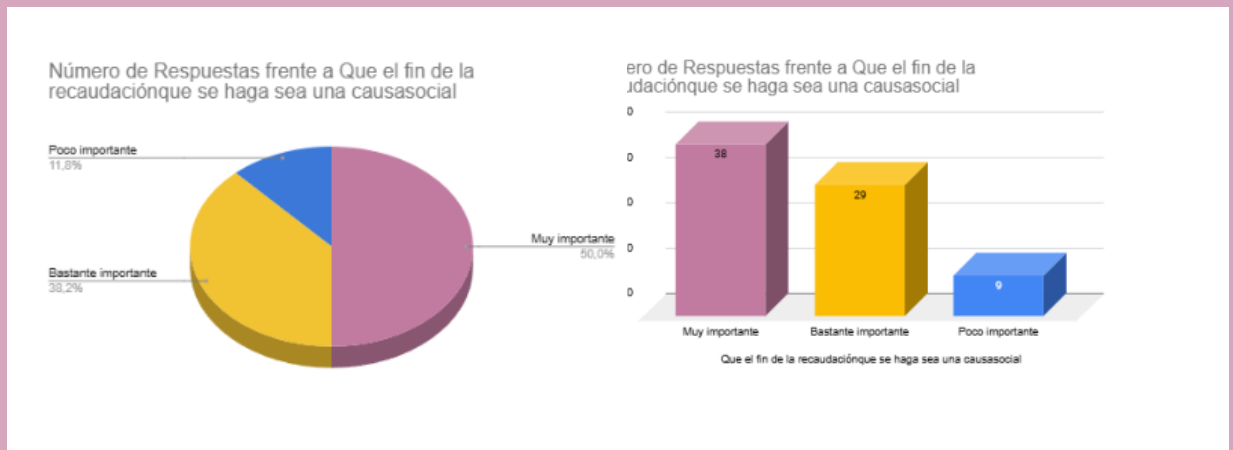
Número de Respuestas frente a Que se vea que es un producto Profesional



El gráfico indica que la mayoría de alumnos (un 49,3% en total) le parece bastante importante. Muy importante se encuentra en la segunda posición (un 45,3%) de alumnos que les parece muy importante que sea un precio asequible y poco importante (con un 5,3%) es el nivel que menos votado

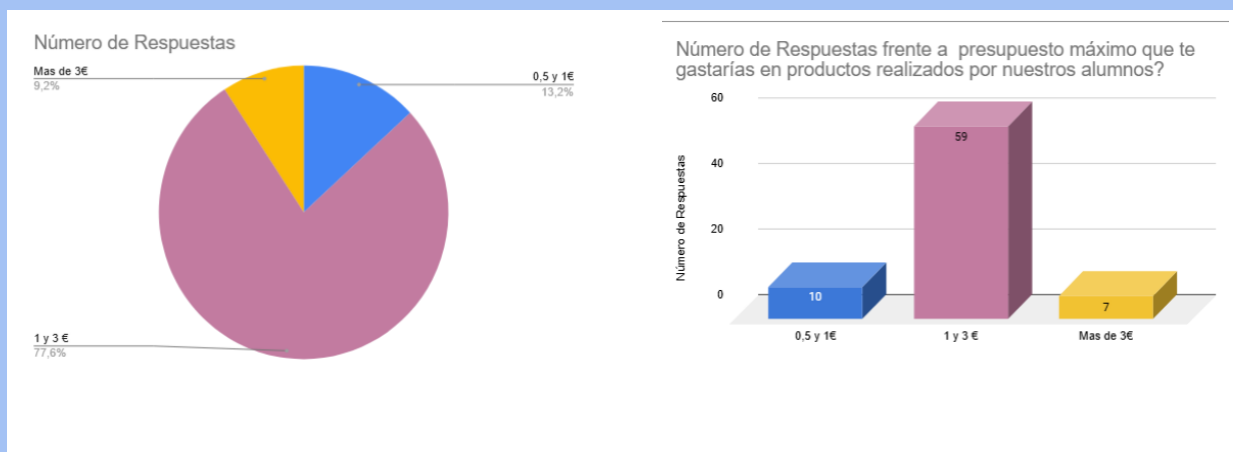


TOTAL PERSONAS FRENTA A RECAUDACIÓN CAUSA SOCIAL



El gráfico indica que la mayoría de alumnos (un 50% en total) le parece muy importante. Bastante importante se encuentra en la segunda posición (un 38,2%) de alumnos que les parece bastante importante que se vaya el dinero a una causa social y poco importante (con un 11,8%) es el nivel que menos votado

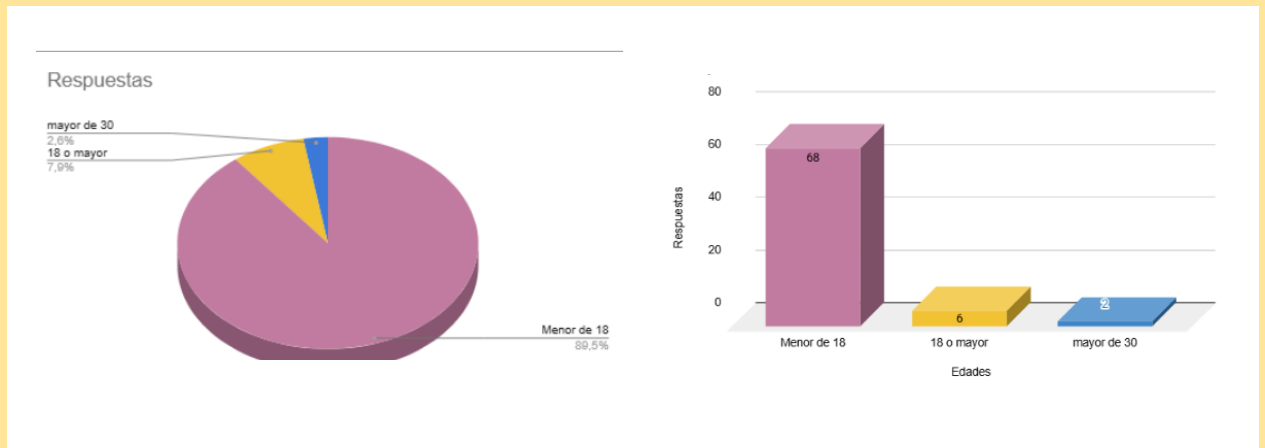
TOTAL PERSONAS FRENTA A CUÁNTO GASTARIAN



El gráfico indica que la mayoría de alumnos (un 77,6 % en total) pagarían entre 1 y 3€. Más de 3€ se encuentra en la segunda posición (un 9,2%) de alumnos que les parece que sea un precio asequible y 0,5 y 1€ (con un 13,2%) es el nivel que menos votado



TOTAL PERSONAS FRENTE A EDADES



El gráfico indica que la mayoría de alumnos (un 89,5 % en totales menor de 18 años. 18 años o mayor se encuentra en la segunda posición (un 7,9%) de alumnos y mayor de 30 años (con un 2,6%) es el nivel menos votado.

En conclusión, los resultados de la encuesta permiten afirmar que el producto “ruleta de la suerte” con premios pequeños y llamativos (como los llaveros de pato o los bolis) es el más rentable y atractivo para el público objetivo, mientras que los productos menos demandados (como los colgantes o llaveros de lego) resultan menos rentables. Por tanto, la estrategia ideal sería centrarse en los artículos más populares y de bajo coste, manteniendo precios accesibles y reforzando el componente social para aumentar el valor percibido



2) Análisis de la clientela

a) Definir el segmento al que os vais a dirigir

Alumnos de 10–17 años que disfrutan de chuches y de pasar una tarde de películas con amigos o familia. Buscan diversión y experiencias entretenidas, mientras los padres buscan regalos seguros, accesibles y atractivos.

b) Características de nuestro cliente, poder adquisitivo

Jóvenes de 10–17 años que disfrutan de chuches y tardes de películas. Sus padres o tutores tienen un poder adquisitivo medio que les permite comprar regalos de como máximo 15€ para gastar en todos los puestos por cada puesto podrán gastar como máximo 3-4 €, priorizando experiencias atractivas, seguras y divertidas.

3) Análisis de la competencia

a) Listado de competidores directos e indirectos

Nuestros productos compiten en el rango de precios bajos y medios (1€ y 3€)

Competencia directa para el kit de netflix el mayor rival son las bolsas de telas con chuches 2,50€. son más baratas y tienen el doble de intención de compra 6 frente a 3 también las velas son el producto más deseado del mercadillo. Para la ruleta compite contra cualquier producto de dinero de bolsillo o compra impulsiva ya que muchos de los productos que venden en el mercadillo los podrán encontrar en nuestro puesto por un precio menor y con la intriga de ver que te toca

Competencia indirecta productos populares que agotan el presupuesto de los clientes como por ejemplo los posavasos de hilo.

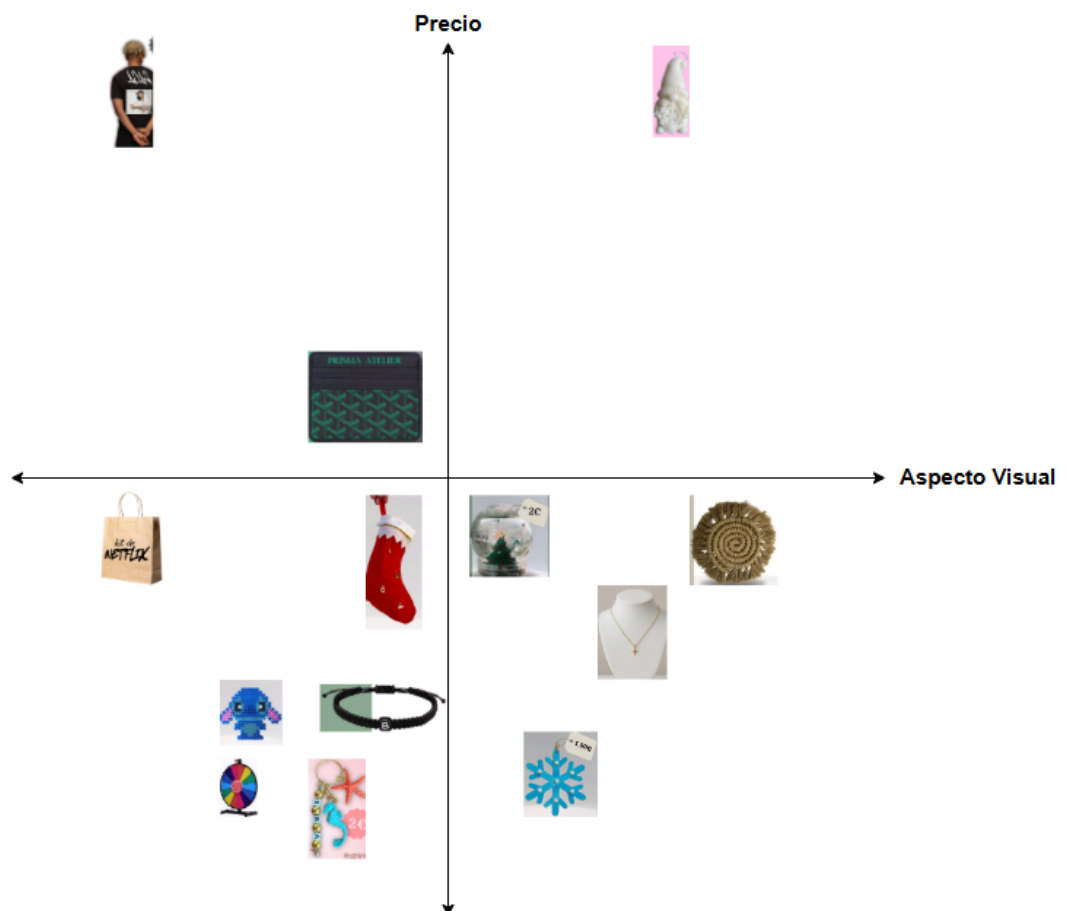
b) Ventaja competitiva

Nuestra ventaja competitiva es que a pesar de que las encuestas muestran una intención de compra baja, nuestros productos tienen ventajas estratégicas únicas.



Somos el único producto del catálogo que tiene una actividad dinámica no solo estamos vendiendo el producto sino un momento de diversion ,ademas le sumamos a eso que el precio de entrada es de 1€ el más bajo del mercado ,la ruleta actúa de imán para atraer gente al puesto .La emoción de ganar un premio supera la barrera de compra racional . Por otro lado tenemos el kit de netflix a diferencia de las bolsas de chuches simples ,el kit de netflix vende un plan completo ,nuestro packaging le da un valor percibido más alto como regalo listo para entregar.

c) Mapa de posicionamiento







3.2) ARGUMENTARIO DE VENTAS

b) Explicar qué es y para qué sirve un argumentario

Un argumentario de ventas es una herramienta clave que sirve para guiar y potenciar la comunicación de un producto o servicio frente a clientes, prospectos o público objetivo.

c) Argumentario de ventas de kit de netflix



ARGUMENTARIO DE VENTAS

KIT DE NETFLIX

CARACTERISTICAS

1. Dimensiones
20x15 cm
2. Peso
Puede pesar 0,5 kg ya que es ligero
3. Material reciclable
Papel kraft reciclable
4. Bolsas reutilizable
Bolsas de carton que se pueden volver a usar
5. Precio
Precio girara entorno a 3 C
6. Versatilidad
Se puede regalar o comprarlo para ti
7. Producto listo para usar
Perfecto para comprar y usar
8. diseño llamativo
9. portatil y ligero
Facil de transportar
10. Material resistente
Bolsas de material resistente

➔

BENEFICIOS

1. Fácil de transportar
se puede llevar a cualquier lugar sin esfuerzo.
2. Amigable con el medio ambiente
Hecho de papel kraft reciclable y bolsas reutilizables,
3. Ahorro económico
4. Versátil
Perfecto tanto para regalar como para uso personal
5. Listo para usar
No requiere montaje ni preparación, brindando comodidad inmediata.
6. Diseño llamativo
Presentación atractiva que genera impacto y capta la atención.
7. Duradero y resistente
Materiales de calidad que aseguran su integridad durante el uso.
8. Fomenta hábitos sostenibles
ayudando a reducir el desperdicio y cuidar el medio ambiente.
9. Práctico
Fácil de manejar y utilizar en cualquier situación,
10. Experiencia positiva para el usuario
Combina funcionalidad, estética y sostenibilidad, haciendo que el cliente se sienta satisfecho y bien atendido.



ARGUMENTARIO DE VENTAS KIT DE NETFLIX

OBJECIONES

1. "Está muy caro."
Cree que el precio no vale la experiencia.
2. "Puedo armarlo yo mismo."
Piensa que no necesita comprar un kit ya listo.
3. "No veo la utilidad."
No entiende qué beneficio concreto le aporta el kit
4. "No sé si le gustará a la otra persona."
Tiene miedo de regalar algo que no sea del gusto del destinatario.
5. "No veo por qué necesito un kit para ver películas."
Duda de la necesidad del producto si ya puede ver Netflix sin él.
6. "No quiero gastar en algo que es solo snacks y accesorios."
Piensa que los elementos no son valiosos o suficientes.
7. "No tengo espacio para guardar los accesorios."
Cree que los productos ocuparán lugar innecesario.
8. "Prefiero elegir los productos yo mismo."
Prefiere personalizar cada detalle en lugar de comprar un kit prediseñado.
9. "No me gustan los snacks incluidos."
Tiene dudas sobre los sabores o tipos de productos.
10. "No es algo que necesite ahora."
Cree que no es un gasto prioritario.

ARGUMENTOS

- 1.El kit incluye snacks, accesorios y una presentación lista para disfrutar, todo en un paquete con excelente relación calidad-precio
- 2.Claro, pero nuestro kit viene cuidadosamente seleccionado, listo para usar y con diseño atractivo que asegura una experiencia profesional y divertida sin esfuerzo
- 3.El kit convierte cualquier noche de series o películas en una experiencia especial y memorable, ideal para compartir, regalar o simplemente consentirse.
- 4.El kit es versátil y personalizable, por lo que se puede adaptar a distintos gustos y ocasiones, aumentando las probabilidades de que sea un regalo perfecto.
- 5.No es solo ver películas, es crear un momento único: comodidad, snacks, ambiente temático y diversión, algo que una suscripción sola no ofrece
- 6.El valor está en la experiencia completa, no solo en los productos. Cada detalle está pensado para sorprender y brindar diversión, sin que el cliente tenga que preocuparse por nada
- 7.El kit ofrece selección experta de productos que combinan perfectamente. Además, permite ahorrar tiempo y garantiza una experiencia coherente y de calidad.
- 8.El kit ofrece selección experta de productos que combinan perfectamente. Además, permite ahorrar tiempo y garantiza una experiencia coherente y de calidad.
- 9.Podemos personalizar el contenido según gustos o preferencias, asegurando que todos los elementos sean del agrado del cliente o destinatario
- 10.El kit puede ser usado en cualquier ocasión: cumpleaños, aniversarios, reuniones o simplemente para consentirse. Es práctico y siempre útil para crear momentos especiales.



ARGUMENTARIO DE VENTAS

RULETA REGALOS

CARACTERÍSTICAS

1. Herramienta de atracción inmediata
 - Llama la atención por su diseño colorido y dinámico.
2. Aumenta la interacción con el cliente
 - Invita a participar de manera activa.
3. Crea una experiencia memorable
 - Hace que el cliente recuerde la marca o producto.
4. Versátil y adaptable
 - Se personaliza con premios, descuentos, retos o mensajes promocionales.
5. Impulsa las ventas directamente
 - Ofrece incentivos inmediatos (descuentos, obsequios, promociones especiales).
6. Refuerza la imagen de marca
 - Transmite una marca cercana, moderna y participativa.
7. Fácil de implementar
 - Requiere poco espacio y montaje mínimo.
8. Genera contenido para redes sociales
 - Su carácter visual y emocionante incentiva fotos y videos.
9. Costo-beneficio muy favorable
 - Herramienta económica con alto impacto.

BENEFICIOS

1. Aumenta el flujo de personas hacia el stand o punto de venta, generando más oportunidades de conversión.
2. Facilita un acercamiento natural y rompe el hielo, permitiendo al vendedor iniciar conversaciones sin parecer invasivo.
3. El cliente asocia la marca con una experiencia positiva y divertida, lo que favorece mayores tasas de recuerdo y fidelización.
4. Se ajusta fácilmente a cualquier campaña o tipo de negocio, maximizando su utilidad sin necesidad de comprar dispositivos adicionales.
5. : Los premios o descuentos obtenidos al jugar motivan la compra inmediata, aumentando el ticket medio y la conversión.
6. Permite comunicar los valores y personalidad de la empresa de forma visual, reforzando la coherencia de marca y mejorando la percepción del cliente.
7. Reduce tiempo y costes de preparación. El equipo solo necesita colocarla y empezar a usarla, sin formación técnica.
8. Los clientes comparten su participación de manera espontánea, generando publicidad gratuita y aumentando el alcance de la marca.
9. Con una inversión baja, se obtienen resultados visibles en tráfico, engagement y ventas, aumentando el retorno de la actividad promocional.



ARGUMENTARIO DE VENTAS RULETA REGALOS

OBJECIONES

1. "No creo que toque algo bueno."
2. "No quiero participar, seguro que es una trampa."
3. "No tengo tiempo para girar la ruleta."
4. "Ya tengo lo que necesito, no me interesa el regalo."
5. "No me gusta que me obliguen a comprar algo para participar."
6. "No quiero dar mis datos personales."
7. "Tengo mala suerte, nunca gano nada."
8. "No quiero hacer el ridículo delante de otros."
9. "¿Qué tipo de regalos son? No me interesa nada."
10. "Esto parece para niños o jóvenes, no para mí."

ARGUMENTOS

11. "Todos nuestros regalos están pensados para sorprender y ser útiles; además, ¡hasta los premios más pequeños vienen con un detalle especial!"
2. "No hay ningún truco; la ruleta es totalmente aleatoria y transparente. Solo se trata de divertirse y llevarse un regalo seguro."
3. "¡Es rapidísimo! Solo un giro y puedes ver tu regalo al instante. No te llevará más de unos segundos."
4. "Incluso si no buscas algo específico, siempre puedes llevar un detalle adicional para ti o para regalar a alguien más."
5. "No hay obligación de compra. La ruleta es solo una forma divertida de premiar tu visita."
6. "No necesitamos tus datos para participar; solo disfruta del juego y llévate tu regalo sin complicaciones."
7. "La ruleta está diseñada para que todos ganen algo; ¡ningún giro termina vacío!"
8. "No hay nada que mostrar que pueda incomodarte. Solo gira y recibe tu regalo de manera discreta."
9. "Tenemos variedad de premios: desde detalles prácticos hasta obsequios divertidos. Seguro hay algo que te gustará."
10. "Nuestros regalos son pensados para todas las edades, y la dinámica es entretenida sin importar tu perfil."



3.3 MATRIZ DAFO

INTERNO • NEGATIVO

DEBILIDADES

- **Intención de compra baja:** Solo un 3/10 en encuestas iniciales.
- **Precio del Kit:** A 3,00€ es más caro que las chuches de la competencia (2,50€).
- **Dependencia del tráfico:** La Ruleta requiere gente pasando activamente para funcionar.

EXTERNO • NEGATIVO

AMENAZAS

- **Competidores "Estrella":** Velas y Pulseras acaparan el presupuesto (Intención 10/10).
- **Sustitutos Low-Cost:** Opción de comprar llaveros duraderos por solo 1,50€.
- **Ticket medio bajo:** El público escolar lleva poco dinero de bolsillo.

INTERNO • POSITIVO

FORTALEZAS

- **Experiencia Única:** Único puesto que vende un juego/actividad, no solo objetos.
- **Precio Gancho (1€):** La Ruleta es el producto más barato del mercado.
- **Packaging Premium:** Kit Netflix con bolsa Kraft decorada aporta gran valor visual.

EXTERNO • POSITIVO

OPORTUNIDADES

- **Estrategia de Atracción:** Usar el ruido de la Ruleta para captar clientes al puesto.
- **Efecto "Calderilla":** Captar las monedas sueltas de 1€ que sobran de otras compras.
- **Packs de Oferta:** Venta cruzada "Compra Kit + Tira Gratis" para subir ventas.



3.4 PLANTEAMIENTO DE PUNTOS DE VENTAS

Objetivo propuesto	Resultado del mercado (después de realizar el mercado)	¿Objetivo conseguido? (después de realizar el mercado)
1. Conseguir una cuota de mercado de 11%		
2. Vender 120 unidades de producto		
3. Obtener una facturación de 150€		
4. Obtener un beneficio después de recuperar la inversión de 100€		
5. En la matriz BCG, ocupa una posición de ?		



4) TÉCNICAS DE VENTA:

6.1) Método SPIN

Este método se basa en hacer preguntas para guiar al cliente hacia la compra (Situación, Problema, Implicación, Necesidad). Dado que el "Kit de Netflix" es un producto más elaborado, esta técnica es ideal para venderlo.

Situación (S): "¿Tenéis pensado ver alguna película o serie este fin de semana con amigos o pareja?"

Problema (P): "¿No os pasa que siempre acabáis comprando los mismos chuches de siempre o perdéis tiempo buscando qué picar?"

Implicación (I): "Al final, si no tienes nada preparado, la experiencia es más aburrida y parece una tarde cualquiera en vez de un plan especial."

Necesidad/Beneficio (N): "¿No sería mejor llevaros ya el 'Kit de Netflix' preparado? Incluye todo lo necesario (palomitas, bebida, chuches y regalos) en un packaging chulo listo para disfrutar"

6.2. Método AIDA

Esta técnica es perfecta para la Ruleta de la Suerte, ya que es un producto de impulso.

- Atención (A): Utilizar el ruido visual y sonoro de la ruleta girando para captar la mirada de los alumnos en el recreo.
- Interés (I): Mostrar los premios físicos (llaveros de pato, bolis motivadores) para que vean que hay premios reales y atractivos .
- Deseo (D): Generar la emoción de ganar un premio mayor por muy poco dinero.
- Acción (A): El cierre rápido: "¡Tira ahora por solo 1€! Es el precio más bajo del mercado"



NUEVO PRODUCTO

REGALOS ALEATORIOS

- Llavero patos molones
- Llavero abridor
- Colgantes
- Llavero de legos
- Bolígrafos
- Pulsera 12 nudos

Más información:

GIRA Y GANA

NUEVO PRODUCTO

TIRADA A LA RULETA

- 1€ Tirada
- Regalos aleatorios

Más información:

GIRA Y GANA

NUEVO PRODUCTO

KIT DE NETFLIX

- Bolsas de carton
- Bolsa de plastico
- Gominolas
- Palomitas
- Ticket de papel

Más información:

GIRA Y GANA



6.3. Cross-selling

Consiste en ofrecer un producto complementario al que el cliente ya está comprando.

- Ya hemos identificado esto en el análisis DAFO (Oportunidades).
- **Estrategia:** Ofrecer "Packs de Oferta". Por ejemplo: "Si compras el Kit de Netflix (producto principal), te regalamos una tirada en la ruleta (producto complementario) o te la dejamos a mitad de precio"



6.4. Up-seLLING

Consiste en intentar que el cliente compre un producto de mayor valor del que tenía pensado inicialmente.



- **Del giro normal al especial** : Si un alumno se acerca solo a mirar la ruleta (ticket bajo de 1€), podemos intentar subir la venta mostrándole que tenemos tiradas especiales cada hora que nos vale 2€



ANEXO I

ANEXO I: [Encuesta de los profesores](#)



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)



☐ RULETA DE LA SUERTE CON PREMIOS ALEATORIOS



☐ kit de Netflix



Que productos de los siguientes te gustarian en la ruleta de la suerte



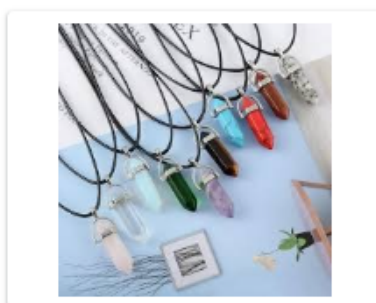
☐ llaveros de lego



☐ pulseras de 12 nudos



☐ Abridores de botellas



☐ Colgantes de piedras



☐ bolígrafos multicolores



☐ Llaveros de patos molones



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

Tu respuesta _____

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 producto artesano	☐	☐	☐
Que el precio sea asequible	☐	☐	☐
Que el acabado sea profesional	☐	☐	☐
Que el fin de la recaudación que se haga sea una causa social	☐	☐	☐

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

- ☐ Entre 0,50 y 1€
- ☐ Entre 1 € y 3€
- ☐ Más de 3€



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

- ☐ Entre 0,50 y 1€
- ☐ Entre 1 € y 3€
- ☐ Más de 3€

5. Señala en qué intervalo te encuentras

- ☐ menor de 18
- ☐ Entre 30 y 40 años
- ☐ Entre 41 y 50 años
- ☐ Entre 51 y 60 años

- ☐ Hombre
- ☐ Mujer
- ☐ Prefiero no decirlo

ANEXO 2 :Encuesta de los alumnos

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)



☐ RULETA DE LA SUERTE CON PREMIOS ALEATORIOS



☐ kit de Netflix



Que productos de los siguientes te gustarian en la ruleta de la suerte



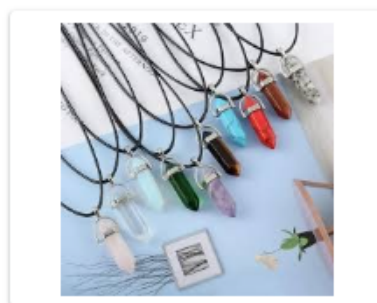
☐ llaveros de lego



☐ pulseras de 12 nudos



☐ Abridores de botellas



☐ Colgantes de piedras



☐ bolígrafos multicolores



☐ Llaveros de patos molones



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

Tu respuesta _____

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 producto artesano	☐	☐	☐
Que el precio sea asequible	☐	☐	☐
Que el acabado sea profesional	☐	☐	☐
Que el fin de la recaudación que se haga sea una causa social	☐	☐	☐

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

- ☐ Entre 0,50 y 1€
- ☐ Entre 1 € y 3€
- ☐ Más de 3€



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

- ☐ Entre 0,50 y 1€
- ☐ Entre 1 € y 3€
- ☐ Más de 3€

5. Señala en qué intervalo te encuentras

- ☐ menor de 18
- ☐ Entre 30 y 40 años
- ☐ Entre 41 y 50 años
- ☐ Entre 51 y 60 años

- ☐ Hombre
- ☐ Mujer
- ☐ Prefiero no decirlo