

○ Mercad Tecnia

F

a

s

e

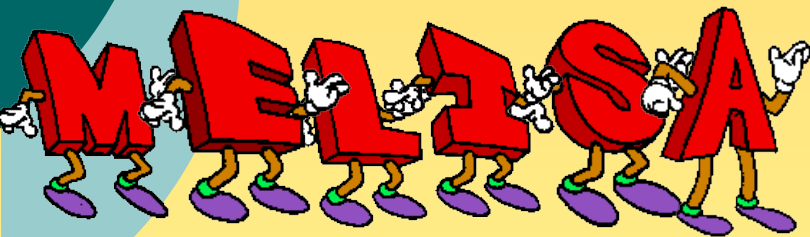
1



MercadöTecnia

*Desenrolo da
Idea*

Alumnas



Álvarez Pousa



Belén Solleiro da Cunha

Brainstorming : ideas

Parking



Reparacións de albanelería,
fontanería e electricidade.



Servicios de Márketing



Parking

Vantaxes	Inconvenientes
Necesidade non cuberta	Proxecto aprobado
Baixo número de RRHH	Gran inversión
Non é necesario experiencia	

Reparaciones de albanelería, fontanería e electricidad

Vantaxes

Gran demanda

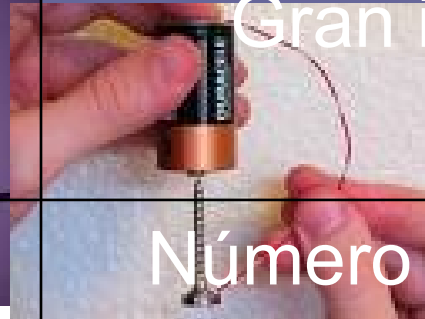


Situación económica
favorable



Inconvenientes

Gran inversión



Número elevado de
RRHH

Sector desconocido

Servizos de Márketing

Vantaxes

Custes de inversión
baixos

Inexistencia de
competencia

Formación académica

Inconvenientes

Descoñecemento da
importancia do
Márketing



Idea elixida



Empresa de Servicios
de Márketing

Servicios que ofrecemos

- Investigación Comercial
- Logística Comercial
- Marketing no Punto de Venda
- Gestión Comercial

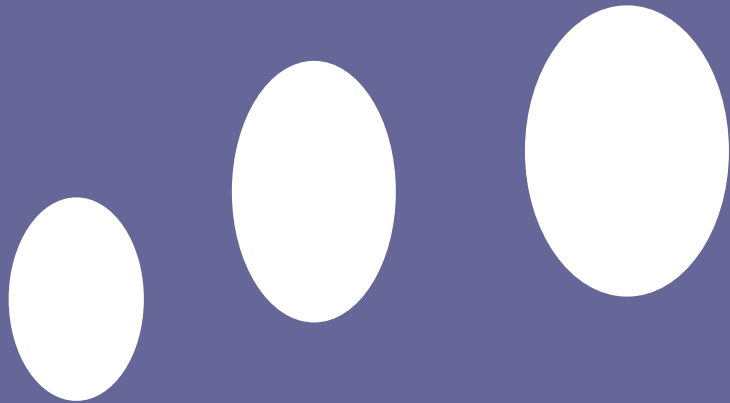


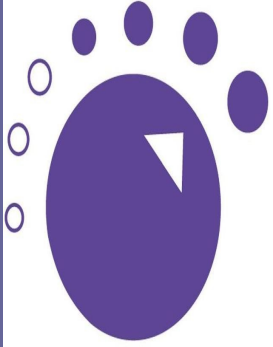
Nome elixido

Mercadotecnia



Logotipo elixido



Mercad  Tecnia

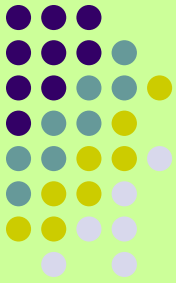


Mercad  Tecnia

*Estudo dos
factores externos*

F
a
s
e

2



FACTORES DIRECTOS



Sector: *servizos*



Mercado

Norte de Portugal



Provedores:
Ausencia de
provedores



Clientes



Microempresas

Análise DAFO

PROMOTORAS

ENTORNO



Fortalezas



Debilidades



Ameazas



Oportunidades

Fortalezas das Promotoras

- Imaxinación
- Coñecementos Administrativos e Financeiros
- Coñecementos de Xestión Comercial e Márketing
- Motivación
- Nivel alto do idioma Portugués



Debilidades das Promotoras

- Falta de experiencia
- Carencia de financiamento propio
- Pouca notoriedade/ Imaxe da empresa pouco consolidada
- Lexislación Portuguesa



Ameazas do Entorno

❖ Inserción de novos competidores no mercado



❖ Paro

❖ Fidelización de clientes



Oportunidades do Entorno

- Pouca competencia neste momento
- **Servizo novedoso**
- Melloras de vías de comunicación
- **Elevado número de clientes potenciais**

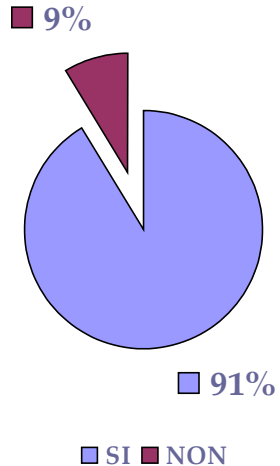




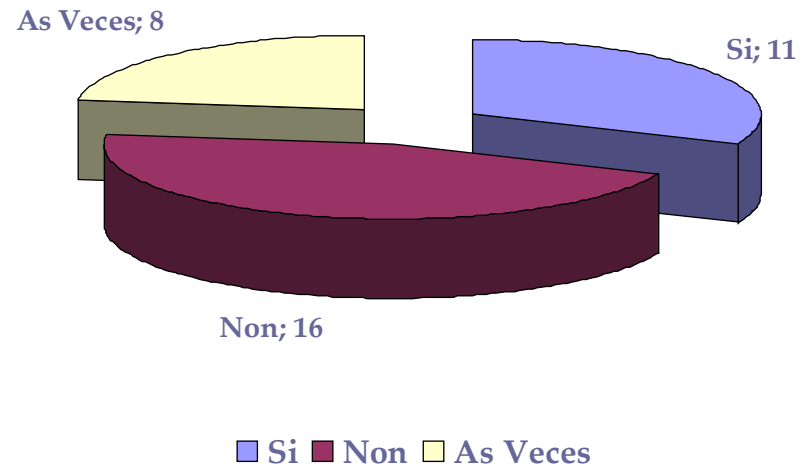
Mercad  Tecnia

***Estudo do
Mercado***

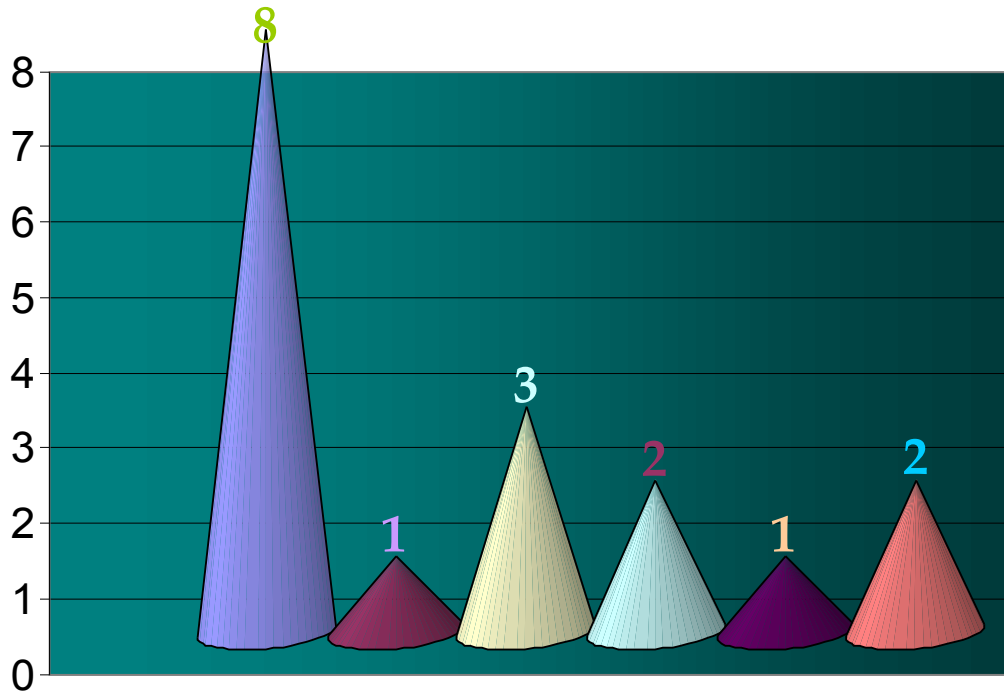
4. ¿Cree vostede que é importante para o crecemento dunha empresa a actividade do Márketing?



5. ¿Utiliza técnicas de Márketing na súa actividade empresarial?



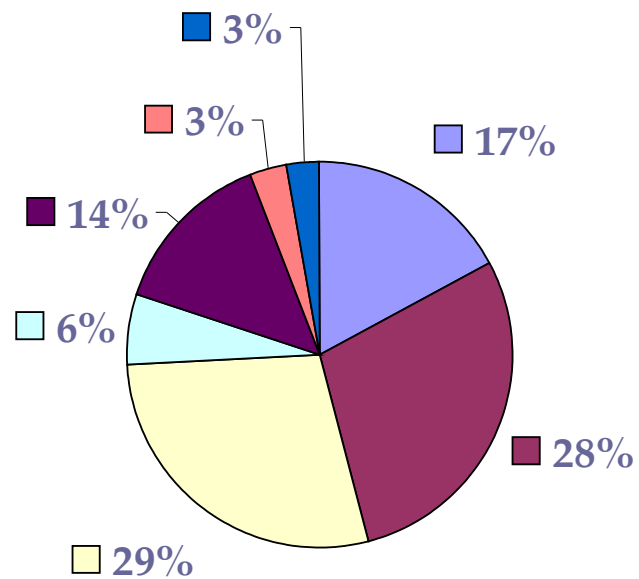
b. ¿Cal é o motivo por o cal nunca realizou actividades de Márketing na súa empresa?



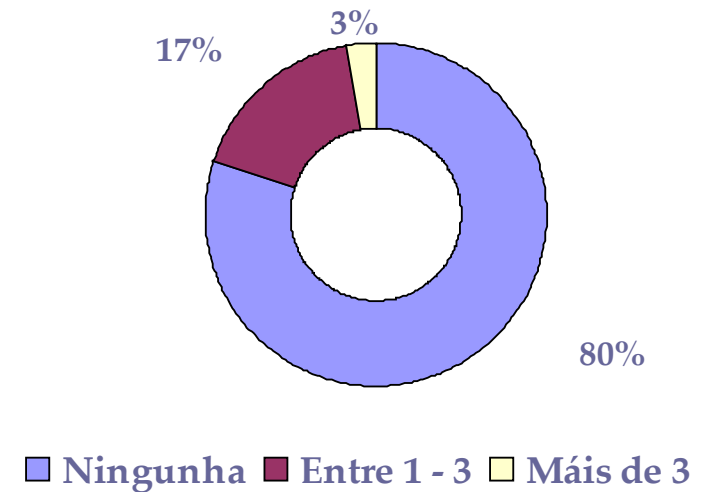
- Non dispón de tempo para dedicarlle
- Porque non existe unha empresa quen llo realice
- Non ten relación co meu traballo
- Prezo
- Vagancia
- Para grandes empresas

6. ¿Se abrise unha empresa que ofrecese servizos de Márketing por esta zona, solicitaría dos seus servizos?

- Si
- Non
- Servizos ofrecidos
- Descoñezo a actividade dunha empresa de Márketing
- Prezo
- Xa existen
- Se non son capaz de realizar eu mesmo/a algo en concreto



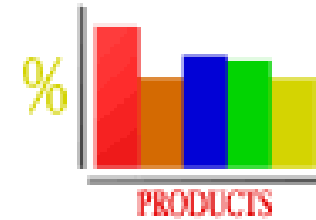
12. ¿Cantas empresas de Márketing coñece?



13. Indique cales:

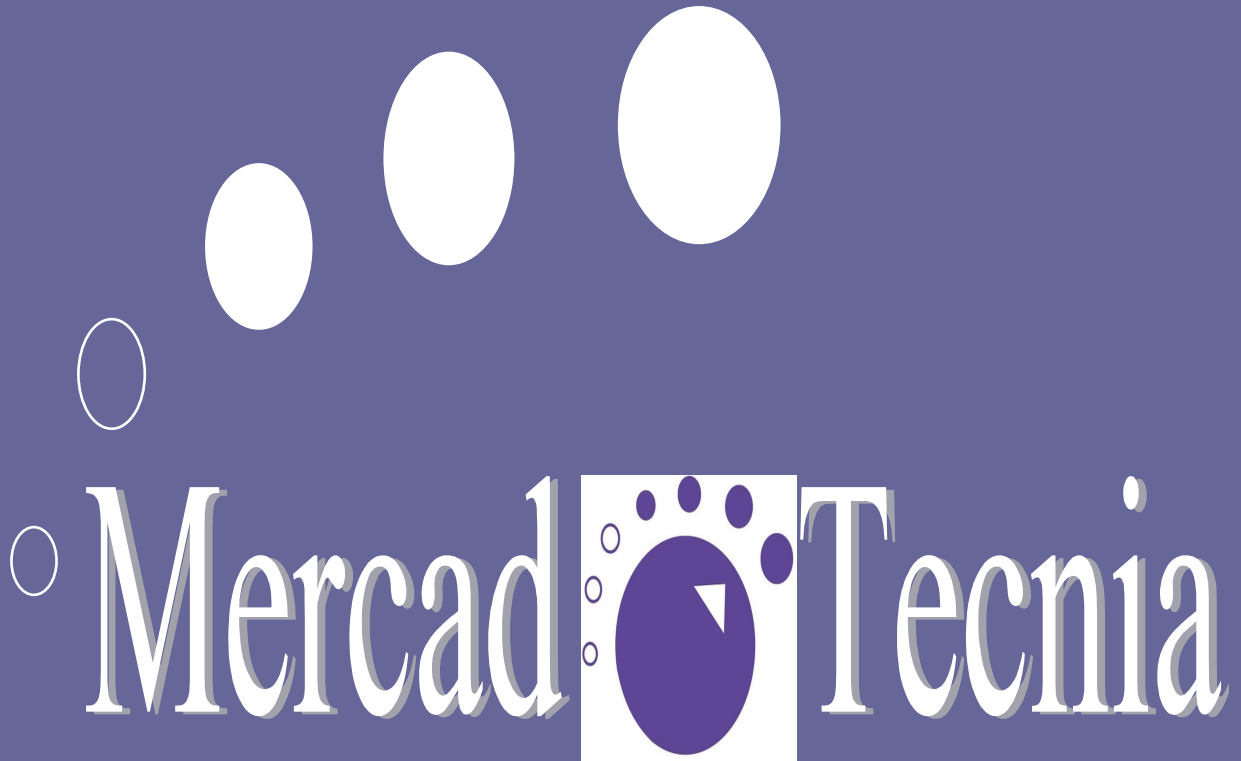
Nome da empresa	Lugar	Márketing/Publicidade
Quimera publicidade	Tui	Publicidade
Magenta	O Porriño	Publicidade
Loxoprín	Portugal	Non localizada
Netnegocio	Braga	Non localizada
Abril Publicidade	Salvaterra	Publicidade
Serpublic	Portugal	Publicidade
Arlequín	Tui	Publicidade
Bieito Nova	Gondomar	Publicidade
Non se recorda do nome da empresa	O Porto	

CONCLUSIÓN



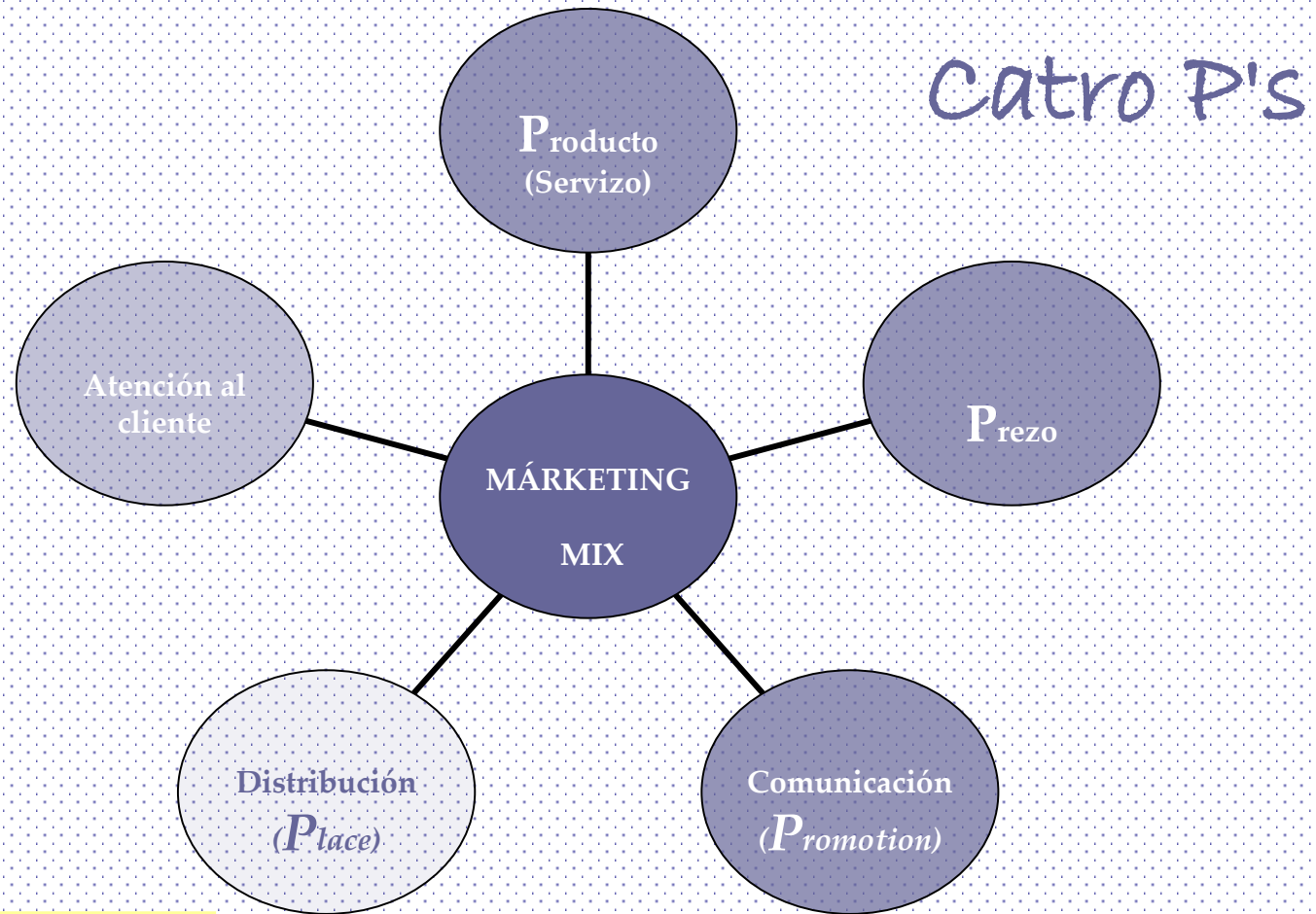
- **Sector servizos**
- **91 % afirma que é importante para o crecemento dunha empresa a actividade do Márketing.**
- **16 persoas das 35 enquisadas responden que non utilizan técnicas de Márketing na súa actividade empresarial.**
- **8 persoas das 35 enquisadas, non dispoñen de tempo para dedicarlle o Márketing.**
- **29 % responde que se abrise unha empresa que ofrecese servizos de Márketing por esta zona, solicitaría dos seus servizos dependendo dos servizos ofrecidos.**
- **80 % afirma non coñecer ningunha empresa de Márketing.**
- **Todos os que responderon que coñecían unha empresa de Márketing, despois da nosa investigación, resultaron ser empresas de Publicidade.**
- **22 persoas das 35 enquisadas, son mulleres.**
- **52 % corresponde o intervalo de idade comprendido entre 44-56 anos.**

F
a
s
e
4



Marketing-Mix

Marketing-Mix



NOTA: "a cuarta P" (distribución), non afecta ao noso proxecto, motivo polo que non faremos mención.

MÁRKETING COMO TÉCNICA

- Conxunto de actividades encamiñadas ou dirixidas a satisfacer as necesidades e os desexos do consumidor dun produto ou servizo.
- **Funcións do Márketing**
 - Detectar as necesidades dos consumidores.
 - Atopar un produto ou servizo que satisfaga as necesidades dos consumidores.
 - Establecer un prezo adecuado para a súa comercialización.
 - Desenrolar unha correcta comunicación cos consumidores. Debese analizar:
 - A quen nos diriximos.
 - Qué queremos comunicar.
 - Cómo queremos comunicar.

Producto (servizo)

Investigación Comercial



Loxística Comercial



Márketing no Punto de Venda

Xestión Comercial

Investigación Comercial

Investigación Comercial e do Mercado.

Técnicas de Investigación.

Plan de Márketing.

O Mercado e o Entorno.

Estudo da Competencia.

O comportamento do Consumidor.

Problemas Comerciais.

O Cuestionario (externo e interno).

Técnicas de animación o persoal.

Estudo do produto, imaxe, prezo,
marca, envase e embalaxe.

Base de datos.

A demanda.

Estratexias de segmentación.

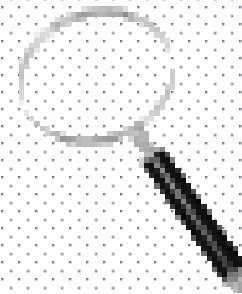
A reunión.

Observación.

Brainstorming.

Técnicas de muestreo.

Márketing internacional.



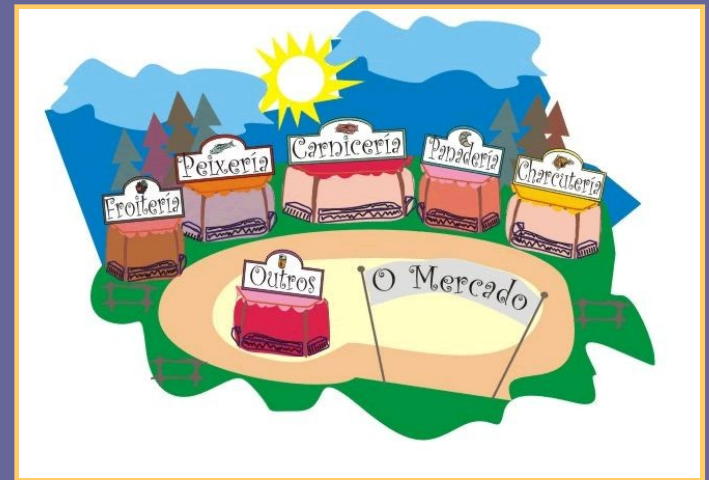
Loxística Comercial

- Almacenamento e organización interna do almacén.
- Sistemas de codificación.
- Xestión de stocks.
- Control, documentación e comunicación interna.
- Envase e embalaxe.
- Xestión do transporte.
- Sinalización.
- Deseño do almacén.
- Valoración dos provedores.
- Valoración das existencias.



Márketing no Punto de venda

- Estudo do Punto de Venda.
- Comunicación no Punto de Venda.
- Implantación do lineal.
- Merchandising e o Merchandising-Mix.
- Márketing no Punto de Venda.
- Animación do Punto de Venda.
- Estudo do Cliente.
- Decisión da compra.
- Estudo da implantación do punto de venda.
- Seguridade e hixiene no punto de venda.
- Xestión do surtido.
- Estudo do prezo.
- Determinación do lugar de implantación.
- Modo de presentación.
- Deseño do Punto de Venda.
- O Autoservizo.



Xestión Comercial

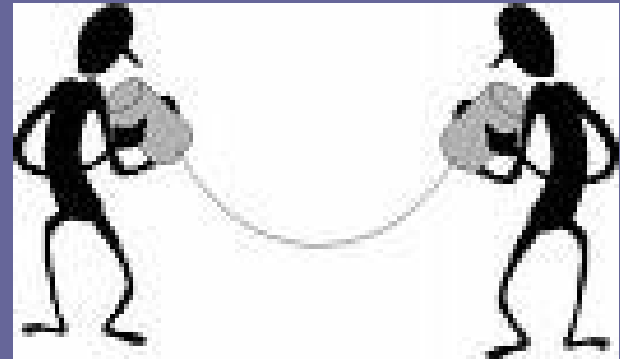
- Estudo do proceso da comunicación.
- Técnicas de venta.
- Técnicas de negociación.
- Técnicas de información.
- Xestión de compras.
- Análise do provedor.
- Contrato de transporte.
- El vendedor.
- Estudo do proceso de vendas.
- Búsqueda de vendedores.
- A entrevista.
- Remuneracións dos vendedores.
- A motivación do traballador.
- Estudo da Dirección.
- Estudo das reunións.
- Segmentación do territorio para os vendedores.
- Organización de vendas.



Comunicación

- **Márketing - Mix**
 - Producto ou Servizo
 - Prezo
 - Distribución
 - **Comunicación**
 - **Publicidade**
 - Promoción

Márketing \neq **Publicidade**

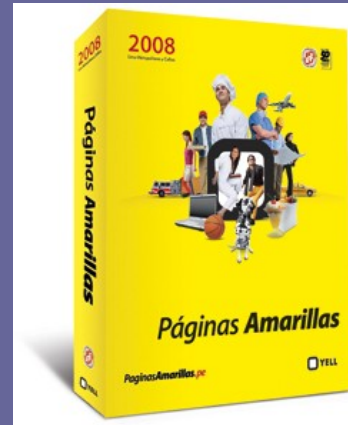


- » **Revistas**
- » **Páxinas Amarelas**
- » **Radio**
- » **Publicidade exterior**
- » **Publicidade directa**
- » **Publicidade no Punto de Venda**
- » **Internet**

Revista



Páginas Amarelas



Radio



Publicidade exterior



Márketing

- ↳ Producto/Servizo
- ↳ Prezo
- ↳ Distribución
- ↳ Comunicación (*Publicidade*)
- ↳ Atención ao Cliente



Mercadotecnia

C/ Brasilino Álvarez, 3
A Guarda 36780
Pontevedra

Mercadotecnia

Renovarse
Morir

Publicidade directa

Investigación Comercial:

- Investigación Comercial e do Mercado.
- Técnicas de Investigación.
- Plan de Márketing.
- O Mercado e o Entorno.
- Estudo da Competencia.
- O comportamento do Consumidor.
- Problemas Comerciais.
- O Questionario (externo e interno).
- Técnicas de animación o persoal.
- Estudo do produto, imaxe, prezo, marca, envase e embalaxe.
- Base de datos.
- A demanda.
- Estratexias de segmentación.
- A reunión.
- Observación.
- Brainstorming.
- Técnicas de muestreo.
- Márketing internacional.

Logística Comercial:

- Almacenamento e organización interna do almacén.
- Sistemas de codificación.

- Xestión de stocks.
- Control, documentación e comunicación interna.
- Envase e embalaxe.
- Xestión do transporte.
- Sinalización.
- Deseño do almacén.
- Valoración dos provedores.
- Valoración das existencias.

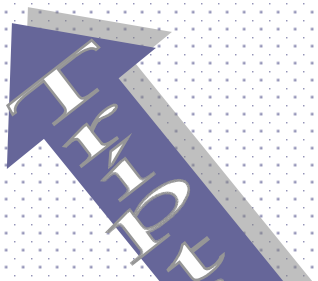
Márketing no Punto de Venda:

- Estudo do Punto de Venda.
- Comunicación no Punto de Venda.
- Implantación do lineal.
- Merchandising e o Merchandising-Mix.
- Márketing no Punto de Venda.
- Animación do Punto de Venda.
- Estudo do Cliente.
- Decisión da compra.
- Estudo da implantación do punto de venda.
- Seguridade e hixiene no punto de venda.
- Xestión do surtido.
- Estudo do prezo.

- Determinación do lugar de implantación.
- Modo de presentación.
- Deseño do Punto de Venda.
- O Autoservizo.

Xestión Comercial:

- Estudo do proceso da comunicación.
- Técnicas de venda.
- Técnicas de negociación.
- Técnicas de información.
- Xestión de compras.
- Análise do provedor.
- Contrato de transporte.
- El vendedor.
- Estudo do proceso de vendas.
- Búsqueda de vendedores.
- A entrevista.
- Remuneracións dos vendedores.
- A motivación do traballador.
- Estudo da Dirección.
- Estudo das reunións.
- Segmentación do territorio para os vendedores.
- Organización de vendas.



"Mailing"



Servizos que ofrecemos

Servizos que ofrecemos

Investigación Comercial:	Logística Comercial:
<ul style="list-style-type: none"> • Investigación Comercial do Mercado. • Técnicas de Investigación. • Plan de Marketing. • O Mercado e o Entorno. • Estudo da Competencia. • O comportamento do Consumidor. • Problemas Comerciais. • O Questionario (externo e interno). • Técnicas de animación o persoal • Estudo do produto, imaxe, prezo, marca, envase e embalaxe. • Base de datos. • A demanda. • Estratexias de segmentación. • A reunión. • Observación. • Brainstorming. • Técnicas de muestreo. • Marketing internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Almacenamento e organización interna do almacén. • Sistemas de codificación. • Xestión de stocks. • Control, documentación e comunicación interna. • Envase e embalase. • Xestión do transporte. • Sinalización. • Deseño do almacén. • Valoración dos provedores. • Valoración das existencias.

Marketing no Punto de Venda:	Xestión Comercial:
<ul style="list-style-type: none"> • Estudo do Punto de Venda. • Comunicación no Punto de Venda. • Implantación do lineal. • Merchandising e o Merchandising-Mix. • Marketing no Punto de Venda. • Animación do Punto de Venda. • Estudo do Cliente. • Decisión da compra. • Estudo da implantación do punto de venda. • Seguridade e hixiene no punto de venda. • Xestión do surtido. • Estudo do prezo. • Determinación do lugar de implantación. • Modo de presentación. • Deseño do Punto de Venda. • O Autoservizo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudo do proceso da comunicación. • Técnicas de venda. • Técnicas de negociación. • Técnicas de información. • Xestión de compras. • Análise do provedor. • Contrato de transporte. • El vendedor. • Estudo do proceso de vendas. • Búsqueda de vendedores. • A entrevista. • Remuneración dos vendedores. • A motivación do traballador. • Estudo da Dirección. • Estudo das reunións. • Segmentación do territorio para os vendedores. • Organización de vendas.

Prezos: 12 €/hora (IVA sen incluír), máis un acceso a un paquete de prezos.



Publicidade directa

T
a
r
x
o
t
a



ANA BELÉN SOLLEIRO
MELISA ÁLVAREZ

CENTRO DE MÁRKETING

Investigación Comercial
Loxística Comercial
Márketing no Punto de Venda
Xestión Comercial

C/ Brasilino Álvarez, 3
36780 A Guarda, Pontevedra
Teléfono: 986 61 44 44
Fax: 986 61 44 45
www.mercadotecnia.com

Publicidade
directa

Atención al cliente

Servizo
postventa

Servizo de
Atención
de reclamacións



HORARIO



	Luns - Venres	Sábados
Mañana	09:00 - 13:00	09:00 - 13:00
Tarde	16:00 - 20:00	-



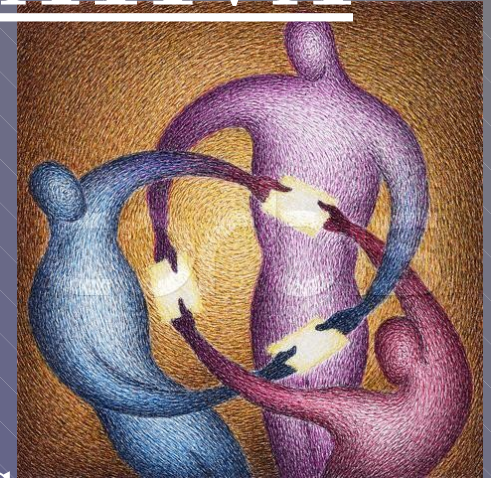
Forma Xurídica

**F
a
s
e**

5

SOCIEDADE COOPERATIVA

- **Non Mercantil**
- **Non pretende obter lucro**
- **Limitada ou ilimitada**
- **Estatutos (organización interna)**
- **Nome + Sociedade Cooperativa: S. Coop.**
- **Aportacións: 25% como mínimo**
- **Órganos: Asemblea Constituínte, Consello Rector e (Director)**
- **Limitacións legais: mín. 3 socios, non se pode contratar a un número de traballadores asalariados, axenos a cooperativa, superior ao 10% dos socios.**



IDENTIFICACIÓN DA EMPRESA

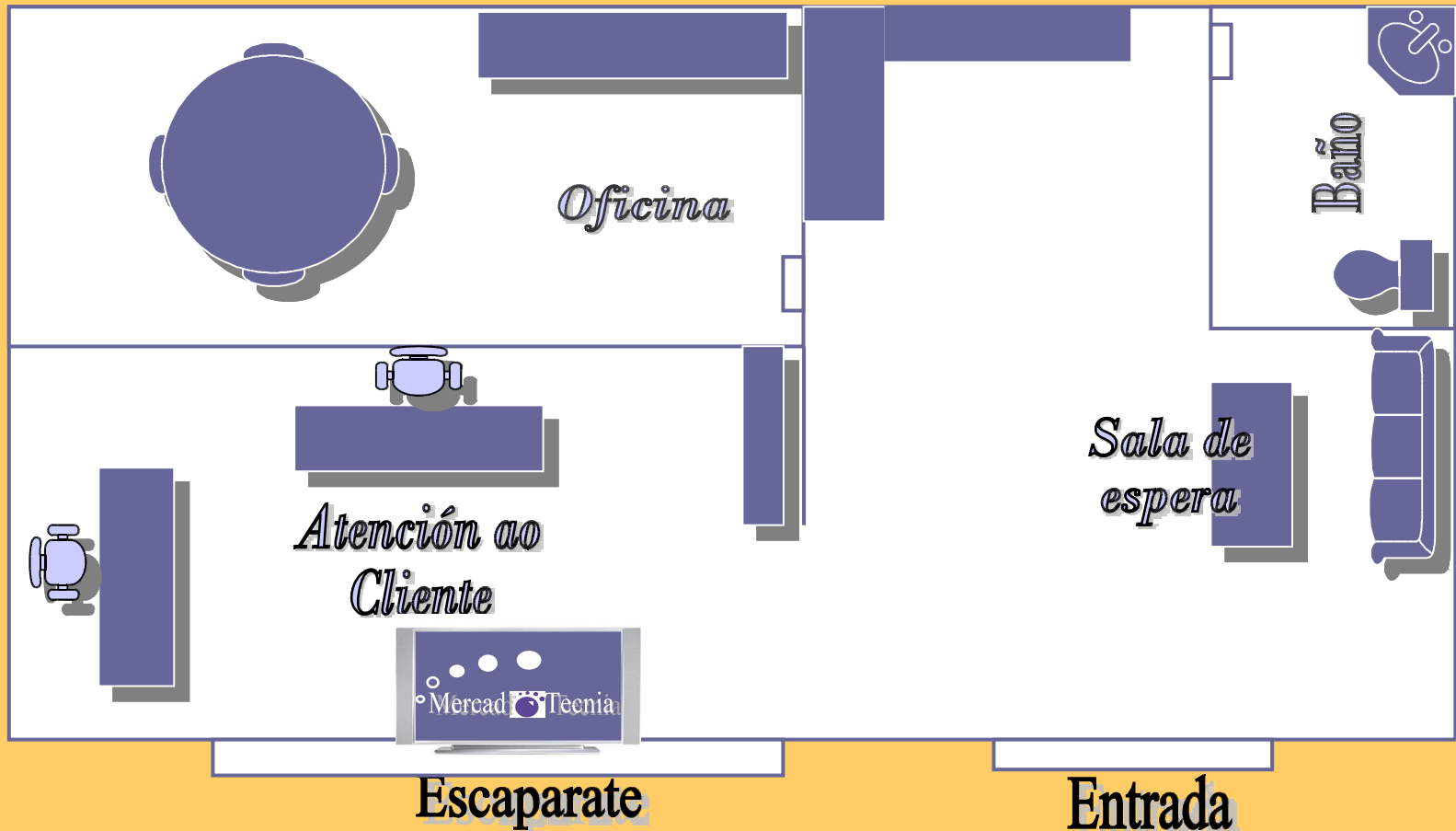
**“Mercadotecnia, S.
Coop. Galega”**

LOCALIZACIÓN

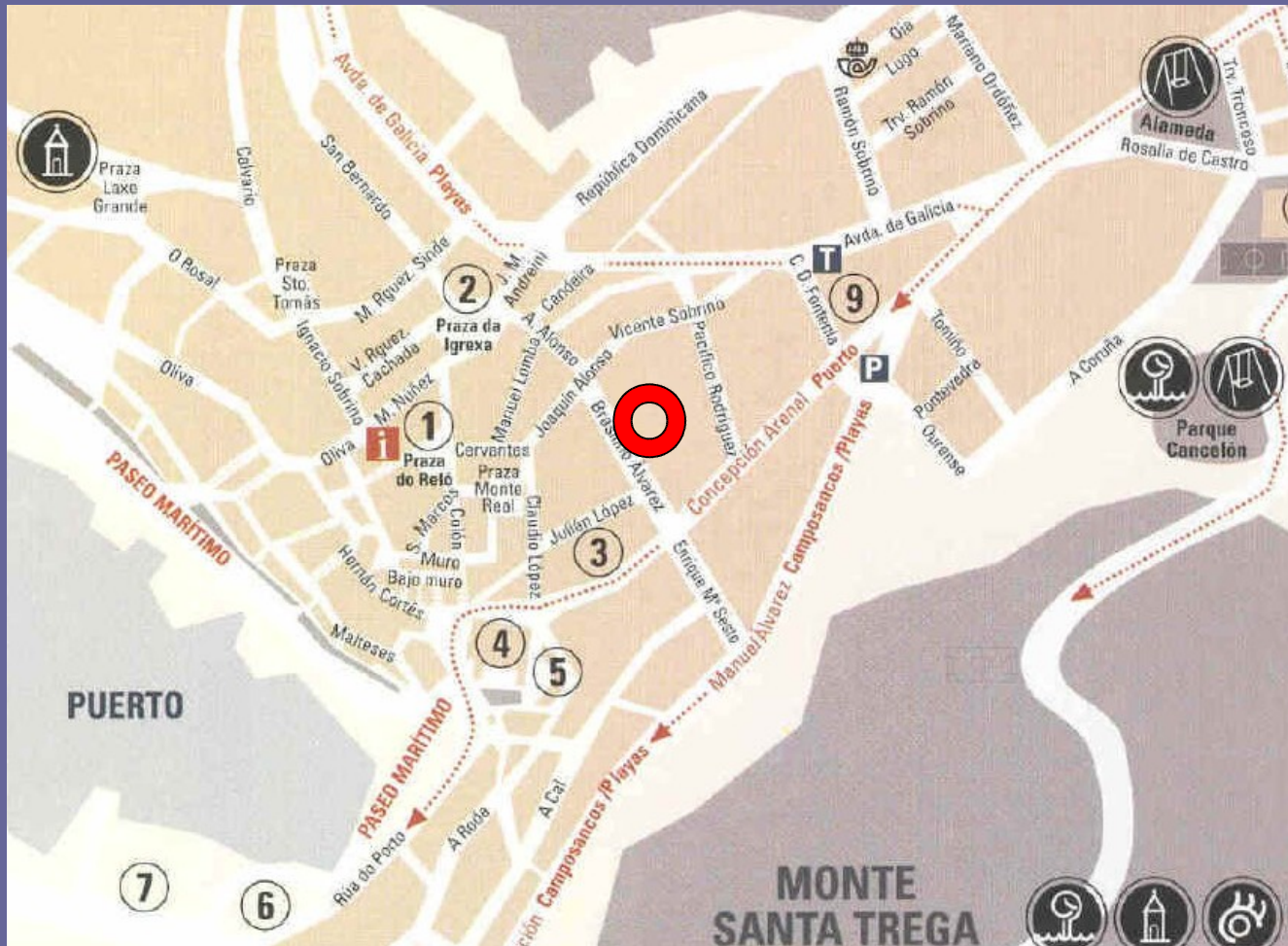


PLANO

- TOTAL: 55 m (Cadrados)

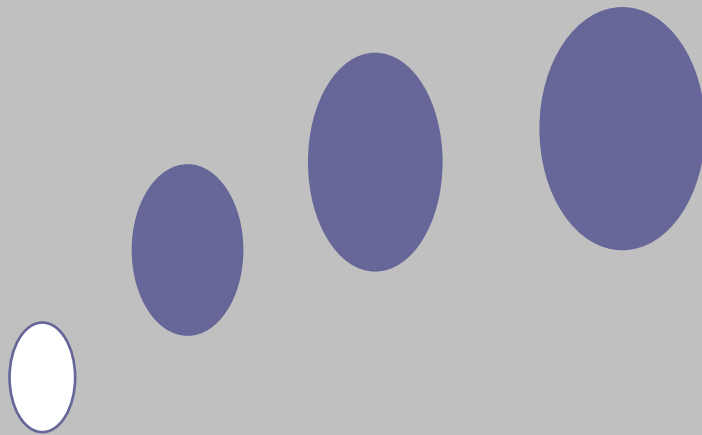


Localización de Mercadotecnia



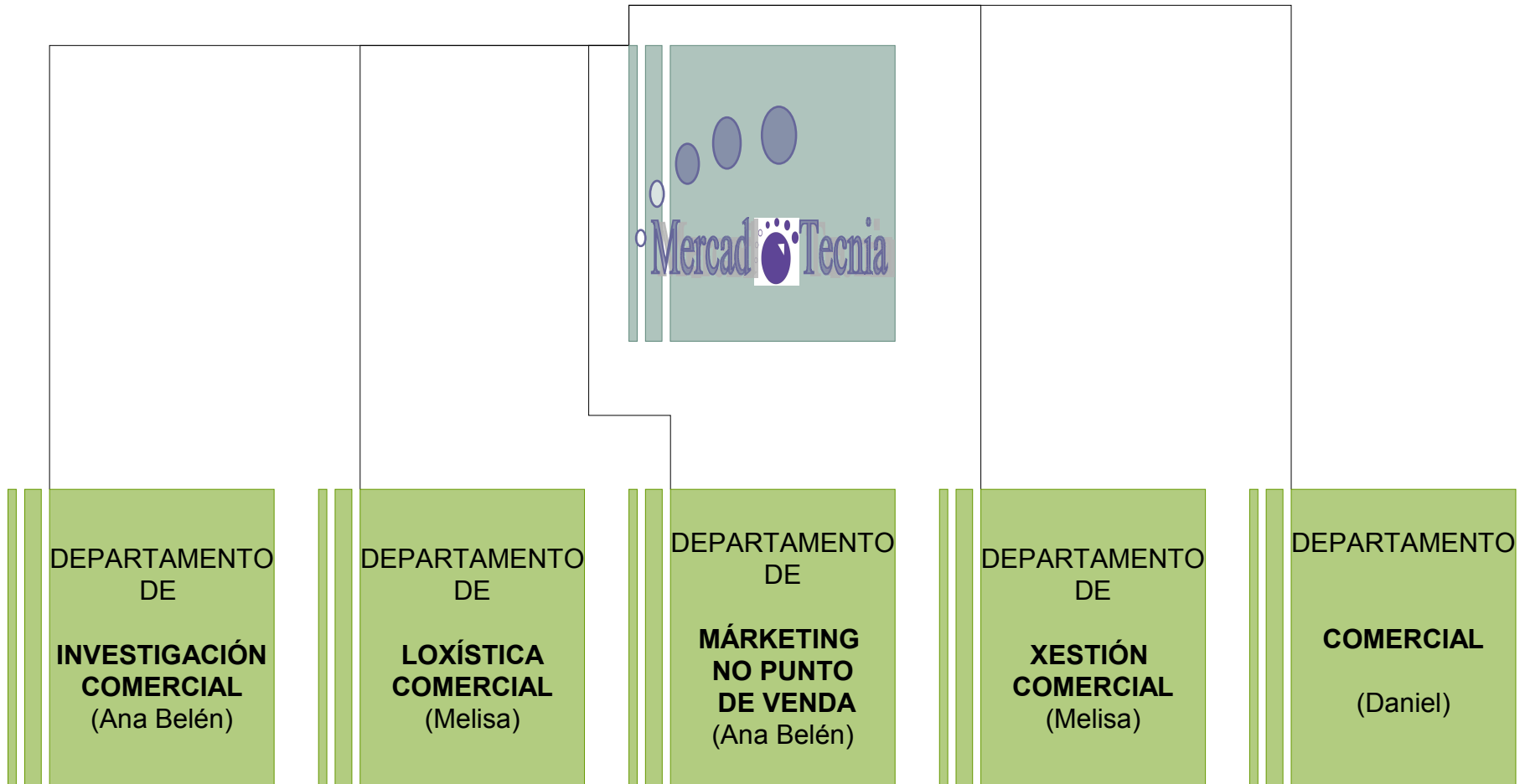
F
A
S
E
6

R.R.H.H.

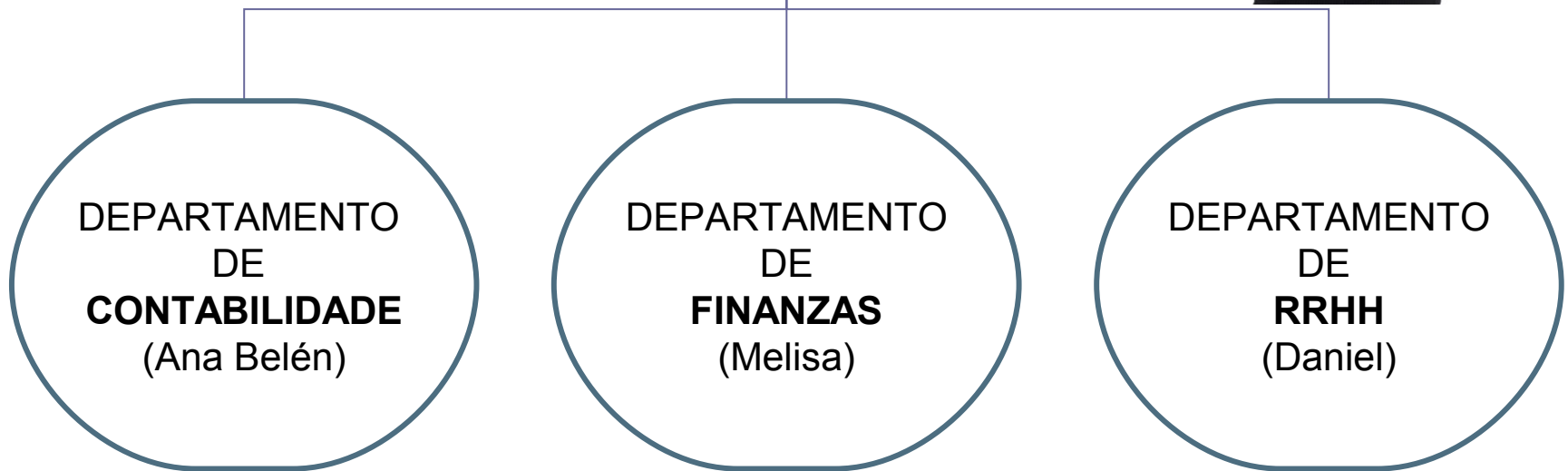


• Mercad  Tecnia

ORGANIGRAMA



GESTIÓN ADMINISTRATIVA



PERFIL PROFESIOGRÁFICO E RECLUTAMENTO

NECESIDADE DO POSTO

Requisitos do posto

Perfil do candidato

Outros datos

a) Datos persoais

b) Retribución do posto

SELECCIÓN

Captación e difusión da oferta do posto

SELECCIÓN DEFINITIVA

Realización de probas e entrevista

ACOLLIDA DO NOVO SOCIO





Mercad:  Tecnia

*Inversión e
Financiación*

**F
A
S
E

7**



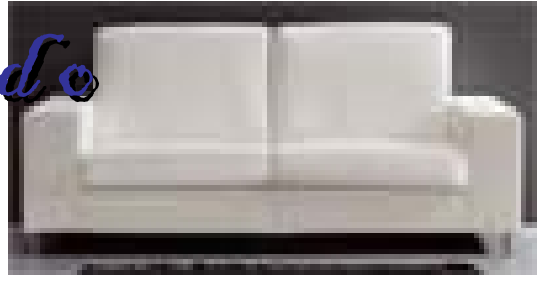
UNION ECONOMICA
INSTRUMENTO DE
INSTRUMENTO DE

INMOBILIZADO MATERIAL E INMATERIAL (sen ivo)	
Cadeiras	492,24 €
Mesas	633,62 €
Ordenadores, portátiles e periféricos	1.246,55 €
Programas informáticos	775,00 €
Móviles	0,00 €
Estantes	720,00 €
Sofá	439,66 €
Televisor	602,59 €
DVD	43,02 €
Papeleiras	45,52 €
SERVICIOS EXTERIORES	
Primas de seguro	476,74 €
Publicidade	1.484,05 €
GASTOS DE ACONDICIONAMENTO	
Aire acondicionado	194,89 €
Obra local	500,00 €
Alarma antirroubos	111,21 €
Extintor	31,75 €
IMPOSTOS E GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
ITPeAXD	90,00 €
Solicitud de nome	20,00 €
Notario	155,56 €
Rexistro de Cooperativas de Galicia	160,62 €
Licencia de apertura	433,04 €
SUMINISTROS	
Contrato teléfono e internet	00,00 €
Material oficina	215,52 €
FINANCIACIÓN	
Comisión de apertura (préstamo persoal)	360,00 €
Comisión de apertura (leasing)	61,25 €
TOTAL	9.292,83 €

Imobilizado



Imobiliza do



Fin

*Proxecto finalista no
Certame de Cooperativismo
no ensino dirixido
a centros de
Formación Profesional*



o Mercad:ö:Tecnia S. Coop. Galega