GUÍA PARA PREPARAR UN

PLAN DE MERCADEO

El plan de mercadeo es un documento en el cual se recopila el análisis de la situación actual de la empresa para identificar hacia dónde se dirigirán los esfuerzos de mercadeo. Utilizando como base este análisis se determinan los objetivos del plan y se exponen las estrategias de mercadeo a utilizarse para el cumplimiento los mismos. El plan de mercadeo debe incluir, entre otras cosas, una descripción del producto (diseño y características), así como estrategias de específicas para los componentes de la mezcla de mercadeo (4 P's). Además, se debe establecer el presupuesto necesario para el desarrollo del plan, así como el proceso de implantación y evaluación.

I. **RESUMEN EJECUTIVO** – Es un breve resumen del contenido del plan. En esta parte debes mencionar los aspectos más relevantes y destacados de tu plan. (No debe ser más de dos páginas.)

II. **OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO** – En esta parte, debes especificar cuál es el objetivo de tu plan (Ej. penetrar mercados nuevos, introducir un producto al mercado, aumentar las ventas, etc.). Los objetivos deben ir acompañados de una explicación. Además, debes incluir una justificación del plan. Es decir, por qué es pertinente la implementación de este plan.

III. **ANÁLISIS EXTERNO** – Debes tomar **CADA UNO DE LOS ELEMENTOS DEL AMBIENTE EXTERNO** y entablar una discusión acerca de los aspectos positivos y negativos que tenga cada uno de los elementos. Esta discusión debe hacerse a la luz de tu producto. Por ejemplo: ¿Qué factores culturales ejercen influencia en el consumo de mi producto? ¿De qué manera la situación económica afecta mi producto?

IV. **ANÁLISIS INTERNO** – Debes incluir una descripción de la compañía: trasfondo histórico, dónde opera, la estructura organizacional y el alcance de los productos, entre otros.

V. **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO** – Debes describir tu producto según las:
   a. Características (cualidades físicas o instrumentales del producto)
   b. Atributos (beneficios que se obtienen del producto)

También debes mencionar los componentes de la mezcla de producto, la amplitud de la mezcla y la profundidad de las líneas de producto.

VI. **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA** – Debes analizar la competencia en los siguientes aspectos:

a. Competencia directa
b. Competencia indirecta y productos sustitutos

VII. **Análisis SWOT** por sus siglas en inglés (***S****trengths,* ***W****eaknesses,* ***O****pportunities, and* ***T****hreats*) o FODA, por sus siglas en español (**F**ortalezas, **O**portunidades, **D**ebilidades, **A**menazas) – Debes hacer un análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. En cada categoría debes hacer una lista en *bullets*. Es decir, en una parte debes incluir todas las fortalezas enumeradas en *bullets*, seguidas por las debilidades, y así sucesivamente. Observa que las fortalezas y debilidades responden a aspectos internos (el producto o la compañía), mientras que las oportunidades y amenazas responden a aspectos externos (competencia, situación económica, etc.).

VIII. **SEGMENTACIÓN Y MERCADO OBJETO** – Debes incluir por lo menos dos criterios de segmentación (ej. demográfico, geográfico, psicográfico etc.) y explicarlos. Además, debes describir cuál será tu mercado meta y especificar las características particulares que distinguen a dicho mercado.

IX. **POSICIONAMIENTO** – Debes elegir un método de posicionamiento y describir en detalle la posición que deseas ocupar en la mente del consumidor. Es decir, cómo quieres que el consumidor te perciba en relación a tus competidores.

X. **ESTRATEGIAS** - Debes incluir al menos dos estrategias en cada uno de los componentes de la mezcla de mercadeo (precio, producto, promoción y plaza). Estas estrategias deben estar en armonía con los objetivos del plan de mercadeo y, más aún, deben ser las acciones que te llevarán a conseguir tus resultados.

XI. **DIAGRAMA GANTT** – Es una tabla que debe incluir las diferentes estrategias y el tiempo en que las mismas serán ejecutadas.

XII. **RECOMENDACIONES** – Debe incluir cualquier comentario o recomendación que entiendas sea pertinente.

XIII. **ANEJOS**