



Universidad Cenfotec

Técnico en Desarrollo y Diseño Web

Comunicación de Información en la Web

Examen - Plan de Marketing
Preguntas Generadoras

Estudiante:

Diana Ponce Faerron

Profesores:

Francisco Jiménez Bonilla

Noviembre 2024

Tabla de contenido

Instrucciones	4
Evaluación	5
Preguntas Generadoras	4
1. ¿Cuál es el producto o servicio clave de la empresa?	4
2. ¿Cuál es el público meta?	4
3. Escriba los cuatro aspectos del FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) que identifican a la empresa.	4
4. Según su opinión, ¿qué aspectos superan a la competencia y cuáles no?	4
5. ¿Les gustaría tener un sitio web (Sí/No)? ¿Por qué? ¿Tienen pensado en algún momento subir el sitio web a la red?	4
6. ¿Tienen redes sociales (Sí/No)? ¿Cuáles son las direcciones web de sus redes sociales?	5
7. ¿Cuál es la estrategia que usan para llegar al mercado? ¿Se alinea con los objetivos del negocio?	5
8. ¿Quién está comprando actualmente el producto o servicio? ¿A quién están tratando de alcanzar? ¿Tienen alguna meta?	5
9. ¿Tienen algún caso de éxito referente a un cliente hablando sobre el producto clave de la empresa (Sí/No)? ¿Cuál es?	5
10. ¿Quién es la competencia real actualmente?	5
11. ¿El mensaje estratégico de la empresa deja claro por qué los clientes deberían elegir su empresa y no a la competencia?	6
12. ¿Qué opinan los clientes sobre el servicio o producto?	6
13. ¿Tienen algún método para evaluar el servicio o producto que ofrecen a los usuarios?	6
14. ¿Les gustaría tener una sección de testimonios de sus clientes en el sitio web para brindar mayor credibilidad empresarial?	6
15. ¿La empresa tiene ofertas que atraen al público en general? ¿Les gustaría tener una sección promocional en el sitio web?	6
16. Según su opinión, ¿por qué otro tipo de cliente no compra su producto o adquiere su servicio? ¿Cuáles podrían ser las razones?	6
17. ¿Cuáles son los medios físicos (NO digitales) que usan para entregar el producto o brindar el servicio a los clientes? ¿Existen o no?	6
18. ¿Cuentan con alguna alianza empresarial?	6
19. ¿Quisieran cambiar la apariencia visual de la empresa a nivel de medios digitales (Sí/No)? ¿Por qué?	7

20. De acuerdo con los objetivos del negocio, ¿podrían requerir a futuro una aplicación? Explique por qué (Sí/No). 7

Conclusión _____ **8**

Instrucciones

Todos los trabajos del curso deben ser presentados en un repositorio personal GITHUB.

El link se debe enviar al docente.

Respaldar los trabajos es una responsabilidad total del estudiante.

La carpeta del repositorio debe tener el nombre examen.

Crear un documento PDF que resuma las preguntas y respuestas aplicadas al coordinador de la empresa Pyme.

Indicaciones:

- ✓ El docente brindara una plantilla de propuesta de proyecto en formato Word al estudiante para que la resuelva y la envíe de acuerdo con la fecha solicitada.
- ✓ La presentación debe tener 10 preguntas y respuestas que sean las más importantes a gusto personal.
- ✓ NO se requiere un contrato, es un acuerdo entre ambas partes interesadas, el coordinador de la empresa y estudiante.
- ✓ El requisito es que la empresa NO tenga web, que haga presencia en alguna red social: Facebook/Twitter/Instagram.
- ✓ Escribir una conclusión de la experiencia obtenida con la empresa.
- ✓ Exponer el trabajo en clase de acuerdo con la fecha establecida por el docente.
- ✓ Usando la siguiente aplicación, generar el enlace del trabajo y ubicarlo en la carpeta llamada EXAMEN en un archivo de texto.

- <https://heyzine.com/>

Evaluación

La evaluación será de acuerdo con los siguientes puntos:

Aspectos evaluativos	Valor en puntos	Puntos obtenidos	Observaciones
1. Calidad y análisis del plan marketing	5		
2. Estructura del documento	1		
3. Exposición del plan marketing	1		
4. Envío del archivo PDF al docente.	1		
5. Conclusión experiencia obtenida	2		
TOTAL			

El rubro #1 es exclusivamente opinión del docente.

- Excelente: 5 puntos
- Muy bueno: 4 puntos
- Bueno: 3 puntos
- Regular: 2 puntos
- Malo: 1 punto

Preguntas Generadoras

Entrevistar al coordinador de la empresa en reunión virtual para explicarle el objetivo y entregarle las 20 preguntas para ser respondidas.

1. ¿Cuál es el producto o servicio clave de la empresa?

La atención personalizada, comprendiendo que cada cliente tiene necesidades y presupuestos distintos.

2. ¿Cuál es el público meta?

Personas que gustan cuidar su piel, cabello y/o maquillarse.

3. Escriba los cuatro aspectos del FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) que identifican a la empresa.

Fortalezas: Precios más accesibles, atención personalizada: no atiende un Bot, tienda física y virtual.

Oportunidades: Posibilidad de hacer encargos con 22 días de anticipación, solicitud de cotizaciones.

Debilidades: Falta de catálogo virtual y falta de más presencia en redes sociales.

Amenazas: existe mucha competencia, como farmacias, otras tiendas virtuales más conocidas o personas que optan por comprar productos cosméticos artesanales.

4. Según su opinión, ¿qué aspectos superan a la competencia y cuáles no?

El trato personalizado, establecemos relación con el cliente y la variedad de productos. La competencia se encuentra más posicionada y tiene más presencia en redes sociales.

5. ¿Les gustaría tener un sitio web (Sí/No)? ¿Por qué? ¿Tienen pensado en algún momento subir el sitio web a la red?

Si, nos gustaría tener un sitio web público en la red. El objetivo es simplificar y contabilizar mejor las compras, los envíos y el inventario.

No, aun no contamos con un sitio web.

6. ¿Tienen redes sociales (Sí/No)? ¿Cuáles son las direcciones web de sus redes sociales?

Instagram: <https://www.instagram.com/laproveedoraoutlet/>

Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100095297153854>

7. ¿Cuál es la estrategia que usan para llegar al mercado? ¿Se alinea con los objetivos del negocio?

Tratamos al cliente como si fuera alguien cercano, establecemos relaciones de confianza que permiten pagar los productos al recibirlos o bien haciendo abonos.

Si.

8. ¿Quién está comprando actualmente el producto o servicio? ¿A quién están tratando de alcanzar? ¿Tienen alguna meta?

Mayoristas como dueñas de salones de belleza, emprendedoras jóvenes, manicuristas que optan por tener nuestros productos en vitrinas, asociaciones solidaristas y una farmacia en Guápiles.

A más clientes mayoristas y a personas que prefieren comprar desde la comodidad de su casa.

Establecer la página web de fácil uso para el minorista y mayorista, permitiéndoles hacer cotizaciones y facturas desde el mismo sistema donde también podamos ver reflejado el inventario disponible y nuestras ganancias.

9. ¿Tienen algún caso de éxito referente a un cliente hablando sobre el producto clave de la empresa (Sí/No)? ¿Cuál es?

Si, tenemos varios.

Actualmente ponemos todos los casos de éxito dentro de Instagram:

<https://www.instagram.com/stories/highlights/18059586619676378/>

10. ¿Quién es la competencia real actualmente?

Hi Beauty: <https://hibeauty.cr.com/> y Be Beauty: <https://bebeautycostarica.com/>

11. ¿El mensaje estratégico de la empresa deja claro por qué los clientes deberían elegir su empresa y no a la competencia?

No, actualmente no transmitimos el mensaje por ninguna de nuestras redes.

12. ¿Qué opinan los clientes sobre el servicio o producto?

Son productos de calidad y a buen precio, buen trato y servicio confiable.

13. ¿Tienen algún método para evaluar el servicio o producto que ofrecen a los usuarios?

No, únicamente mediante menciones o comentarios en Redes Sociales.

14. ¿Les gustaría tener una sección de testimonios de sus clientes en el sitio web para brindar mayor credibilidad empresarial?

Si claro.

15. ¿La empresa tiene ofertas que atraen al público en general? ¿Les gustaría tener una sección promocional en el sitio web?

Si, tenemos ofertas diarias las cuales se suben a las Historias de Instagram y Facebook.

Si.

16. Según su opinión, ¿por qué otro tipo de cliente no compra su producto o adquiere su servicio? ¿Cuáles podrían ser las razones?

Falta de confianza, las páginas en redes sociales no son tan elaboradas como la competencia y falta de catálogo virtual.

17. ¿Cuáles son los medios físicos (NO digitales) que usan para entregar el producto o brindar el servicio a los clientes? ¿Existen o no?

Si, tenemos una bodega en Guápiles donde se hacen retiros, así como entregas personales. En Heredia existe La Proveedora #1 donde se atiende en la propia casa, las personas pueden comprar o retirar productos. Servicio PymeExpress por medio de Correos de Costa Rica.

18. ¿Cuentan con alguna alianza empresarial?

Brindamos servicios a Asociaciones Solidaristas y el BAC San José mediante Pyme Mujer ya que contamos con su datafono, eso nos abrió la posibilidad de asistir a ferias en la sucursal de San Francisco de Heredia

19. ¿Quisieran cambiar la apariencia visual de la empresa a nivel de medios digitales (Sí/No)? ¿Por qué?

Si, actualmente la página de Instagram y Facebook carece de fotos dinámicas o llamativas, no muestra la cantidad de productos disponibles.

20. De acuerdo con los objetivos del negocio, ¿podrían requerir a futuro una aplicación? Explique por qué (Sí/No).

Si, porque la mayoría de los productos se encuentran disponibles por catálogo.

Conclusión

La interacción con La Proveedora Outlet permitió identificar las fortalezas y oportunidades de este negocio en crecimiento. Destacan por su atención personalizada y precios accesibles, pero enfrentan desafíos como la falta de presencia digital robusta y un catálogo virtual.

La creación de un sitio web es un paso esencial para la empresa, ya que ayudaría a optimizar sus operaciones y brindar a sus clientes una experiencia más profesional. Además, fortalecer su imagen visual en redes sociales y aprovechar los casos de éxito que ya tienen documentados en Instagram podría ser clave para diferenciarse en un mercado competitivo.