A close up of a flower

Description automatically generated

[A blue and white logo

Description automatically generated](https://es.smartsheet.com/try-it?trp=28140)**EJEMPLO DE PLAN DE MARKETING   
PARA PEQUEÑAS EMPRESAS**

PLAN DE MARKETING

City Roast Collective

123 River Street

Ciudad, estado y código postal

Teléfono: 000-000-0000

direcciónweb.com

Versión 0.0.0

Fecha: dd/mm/aa

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PREPARADO POR | TÍTULO | FECHA |
| Paul O’Neill | Líder de marketing | DD/MM/AA |
| CORREO ELECTRÓNICO | | TELÉFONO |
|  | |  |
| APROBADO POR | TÍTULO | FECHA |
| Hilda C. | Fundadora y directora ejecutivo | DD/MM/AA |

Índice

[1. RESUMEN DE NEGOCIOS 3](#_Toc187357864)

[1.1 NUESTRA EMPRESA 3](#_Toc187357865)

[1.2 DECLARACIÓN DE LA MISIÓN 3](#_Toc187357866)

[1.3 DECLARACIÓN DE LA VISIÓN 3](#_Toc187357867)

[2. EL DESAFÍO 3](#_Toc187357868)

[2.1 PROBLEMA 3](#_Toc187357869)

[2.2 OPORTUNIDAD 4](#_Toc187357870)

[3. ANÁLISIS SITUACIONAL 4](#_Toc187357871)

[3.1 ANÁLISIS 5C 4](#_Toc187357872)

[3.1.1 EMPRESA 4](#_Toc187357873)

[3.1.2 COLABORADORES 4](#_Toc187357874)

[3.1.3 CLIENTES 4](#_Toc187357875)

[3.1.4 COMPETIDORES 4](#_Toc187357876)

[3.1.5 CLIMA 4](#_Toc187357877)

[3.2 ANÁLISIS FODA 5](#_Toc187357878)

[4. CAPACIDADES CENTRALES 6](#_Toc187357879)

[4.1 CAPACIDAD 1 6](#_Toc187357880)

[4.2 CAPACIDAD 2 6](#_Toc187357881)

[4.3 CAPACIDAD 3 6](#_Toc187357882)

[5. METAS DE MARKETING 7](#_Toc187357883)

[5.1 METAS A CORTO PLAZO Y PLAN DE ACCIÓN 7](#_Toc187357884)

[5.1.1 APROVECHAR LA BASE DE CLIENTES EXISTENTE 7](#_Toc187357885)

[5.1.2 AMPLIAR EL ALCANCE 7](#_Toc187357886)

[5.2 METAS A LARGO PLAZO Y PLAN DE ACCIÓN 8](#_Toc187357887)

[5.2.1 AUTORIDAD/CONOCIMIENTO DE LA MARCA 8](#_Toc187357888)

[5.2.2 MEJOR POSICIONAMIENTO EN LOS MOTORES DE BÚSQUEDA 8](#_Toc187357889)

[6. MERCADO DE DESTINO 9](#_Toc187357890)

[6.1 DATOS DEMOGRÁFICOS 9](#_Toc187357891)

[6.2 DATOS PSICOGRÁFICOS 9](#_Toc187357892)

[7. ESTRATEGIA DE MARKETING 9](#_Toc187357893)

[7.1 PROPUESTA ÚNICA DE VENTA (USP) 9](#_Toc187357894)

[7.2 COMBINACIÓN DE MARKETING – 4P 9](#_Toc187357895)

[7.2.1 PRODUCTO 9](#_Toc187357896)

[7.2.2 PRECIO 9](#_Toc187357897)

[7.2.3 LUGAR 10](#_Toc187357898)

[7.2.4 PROMOCIÓN 10](#_Toc187357899)

[7.3 CANALES DE MARKETING 10](#_Toc187357900)

[7.4 PRESUPUESTO 11](#_Toc187357901)

[8. ESTÁNDARES DE RENDIMIENTO Y MÉTODOS DE MEDICIÓN 12](#_Toc187357902)

[8.1 ESTÁNDARES DE RENDIMIENTO 12](#_Toc187357903)

[8.2 INDICADORES CLAVE DE RENDIMIENTO (KPI) 12](#_Toc187357904)

[8.3 MÉTODOS DE MEDICIÓN 12](#_Toc187357905)

[9. RESUMEN FINANCIERO 13](#_Toc187357906)

[9.1 REQUISITOS FINANCIEROS 13](#_Toc187357907)

[9.2 HIPÓTESIS/PROYECCIONES 13](#_Toc187357908)

[9.3 ESTADOS FINANCIEROS 14](#_Toc187357909)

[9.3.1 CUENTA DE RESULTADOS 14](#_Toc187357910)

[9.3.2 PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA 14](#_Toc187357911)

[9.3.3 BALANCE 14](#_Toc187357912)

[10. APÉNDICE 15](#_Toc187357913)

[10.1 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN 15](#_Toc187357914)

[10.2 ESPECIFICACIONES E IMÁGENES DEL PRODUCTO 15](#_Toc187357915)

# RESUMEN DE NEGOCIOS

## NUESTRA EMPRESA

|  |
| --- |
| City Roast Collective es una distinguida cafetería ubicada en el corazón de Seattle, una metrópolis reconocida por su dedicación al café orgánico de comercio justo. Desde la fundación en 20XX, nos establecimos como uno de los nuevos locales favoritos en la escena de cafeterías de Seattle. Ahora somos conocidos por celebrar la rica cultura cafetera de la ciudad. Nuestra experiencia se basa en dos áreas: la elaboración de mezclas singulares y cafés de origen único; y la creación de un espacio moderno y acogedor para eventos comunitarios y la educación en materia de café que se adapta a la dinámica y exigente comunidad cafetera de Seattle. |

## DECLARACIÓN DE LA MISIÓN

|  |
| --- |
| Nuestra misión es enriquecer la reconocida cultura cafetera de Seattle ofreciendo café excepcional y de origen sostenible. Nuestro enfoque se basa en ofrecer una experiencia extraordinaria de café que refleje nuestro compromiso con la gestión ambiental y las prácticas de comercio justo. Como cafetería ubicada en el centro de la ciudad, nos esforzamos por fomentar una apreciación más profunda por la cafetería en el corazón de Seattle. |

## DECLARACIÓN DE LA VISIÓN

|  |
| --- |
| Nuestra visión es convertirnos en un ícono de la cultura cafetera de Seattle, y que la gente nos conozca por nuestro compromiso inquebrantable con la calidad, la sostenibilidad y la comunidad. Prevemos que City Roast Collective se expanda a más lugares, establezca su influencia como líder en la industria del café, defina nuevos puntos de referencia para la responsabilidad ambiental y la satisfacción de los clientes, y se convierta en una parte apreciada del dinámico entramado urbano de Seattle. |

# EL DESAFÍO

## PROBLEMA

|  |
| --- |
| * El mercado del café de Seattle es altamente competitivo, con numerosas cafeterías y productores establecidos. Destacarse en este espacio saturado es un desafío importante. * La alta densidad de cafeterías en Seattle implica que la mayoría de los vecindarios ya cuentan con múltiples puntos de venta de café, lo que dificulta encontrar áreas desatendidas o mercados sin explotar. * Los amantes del café de Seattle son conocidos por su gusto sofisticado y sus altas expectativas en cuanto a la calidad del café y las prácticas sustentables, lo que supone un desafío a la hora de cumplir con estos estándares de forma coherente. |

## OPORTUNIDAD

|  |
| --- |
| * Hay una tendencia creciente de los consumidores a apoyar productos ambientalmente sostenibles y de origen ético. Este sentimiento se alinea con los valores centrales de City Roast Collective. * Los exigentes amantes del café de Seattle crean un nicho de mercado lucrativo para experiencias de café artesanal de alta calidad. * Al posicionarse como un centro comunitario, City Roast Collective puede crear una base de clientes fieles y diferenciarse de los competidores que se centran exclusivamente en las transacciones. |

# ANÁLISIS SITUACIONAL

## ANÁLISIS 5C

* + 1. EMPRESA

|  |
| --- |
| * City Roast Collective se centra en el café de alta calidad, orgánico y de comercio justo. * La empresa se distingue por su compromiso con la sostenibilidad y la comunidad. |

* + 1. COLABORADORES

|  |
| --- |
| * Colaboramos con agricultores orgánicos locales y proveedores de comercio justo. * Nos asociamos con empresas locales para eventos comunitarios y de promoción cruzada. * Tenemos asociaciones mayoristas con restaurantes y minoristas que almacenan nuestros granos. |

* + 1. CLIENTES

|  |
| --- |
| * Nuestros clientes objetivo son los amantes del café conscientes del medioambiente y enfocados en la calidad en Seattle. * La base de clientes incluye tanto clientes locales regulares como visitantes que buscan una experiencia de café única. |

* + 1. COMPETIDORES

|  |
| --- |
| * City Roast Collective compite con otras cafeterías de especialidad y cadenas más grandes en Seattle. * La ventaja competitiva radica en el enfoque de la tienda en la sostenibilidad, la participación en la comunidad y las ofertas de café únicas. |

* + 1. CLIMA

|  |
| --- |
| * La tendencia del mercado favorece los productos sostenibles desde el punto de vista medioambiental y de origen ético. * La cultura cafetera dinámica de Seattle ofrece un terreno fértil para las empresas cafeteras, pero también exige innovación continua y ofertas de calidad. |

## ANÁLISIS FODA

|  |  |
| --- | --- |
| FACTORES INTERNOS | |
| FORTALEZAS (+) | DEBILIDADES (-) |
| * Café de alta calidad, orgánico y de comercio justo que atrae a consumidores conscientes * Fuerte identidad de marca, enfocada en la sostenibilidad y el compromiso con la comunidad * Ubicación privilegiada en Seattle, una ciudad conocida por su rica cultura del café * Baristas calificados que ofrecen experiencias únicas de café y educación * Fuerte presencia en línea, incluido un sitio web atractivo e Instagram activo | * Empresa nueva en el mercado con competidores establecidos * Reconocimiento limitado de la marca fuera del área inmediata de Seattle * Precio más elevado debido a los compromisos de calidad y sostenibilidad * Dependencia del tráfico peatonal local en áreas altamente competitivas * Presupuesto de marketing limitado en comparación con las cadenas de café más grandes |
| FACTORES EXTERNOS | |
| OPORTUNIDADES (+) | AMENAZAS (-) |
| * Creciente interés de los consumidores en productos sostenibles y de origen ético * Potencial para ampliar la oferta de productos (p. ej., productos horneados, accesorios para el café) * Oportunidades para colaborar con empresas locales y organizaciones comunitarias * Ampliación del alcance del mercado a través de las ventas en línea de granos de café * Aprovechamiento de la industria turística de Seattle para atraer nuevos clientes | * Intensa competencia de cafeterías establecidas y cadenas nacionales * Fluctuaciones en el mercado mundial del café, que afectan el precio de los granos * Cambio de las tendencias y preferencias de los consumidores en la industria del café * Posible recesión económica que afecta el consumo de productos premium * Preocupaciones ambientales que impactan la producción de café a nivel mundial |

# CAPACIDADES CENTRALES

## CAPACIDAD 1

|  |
| --- |
|  |

## CAPACIDAD 2

|  |
| --- |
|  |

## CAPACIDAD 3

|  |
| --- |
|  |

# METAS DE MARKETING

## METAS A CORTO PLAZO Y PLAN DE ACCIÓN

* + 1. APROVECHAR LA BASE DE CLIENTES EXISTENTE

|  |
| --- |
|  |

* + 1. AMPLIAR EL ALCANCE

|  |
| --- |
|  |

## METAS A LARGO PLAZO Y PLAN DE ACCIÓN

* + 1. AUTORIDAD/CONOCIMIENTO DE LA MARCA

|  |
| --- |
|  |

* + 1. MEJOR POSICIONAMIENTO EN LOS MOTORES DE BÚSQUEDA

|  |
| --- |
|  |

# MERCADO DE DESTINO

## DATOS DEMOGRÁFICOS

|  |
| --- |
|  |

## DATOS PSICOGRÁFICOS

|  |
| --- |
|  |

# ESTRATEGIA DE MARKETING

## PROPUESTA ÚNICA DE VENTA (USP)

|  |
| --- |
|  |

## COMBINACIÓN DE MARKETING – 4P

* + 1. PRODUCTO

|  |
| --- |
|  |

* + 1. PRECIO

|  |
| --- |
|  |

* + 1. LUGAR

|  |
| --- |
|  |

* + 1. PROMOCIÓN

|  |
| --- |
|  |

## CANALES DE MARKETING

|  |
| --- |
|  |

## PRESUPUESTO

|  |
| --- |
| Marketing digital (30% del presupuesto total):   * Publicidad en redes sociales: USD 6000 * Marketing en motores de búsqueda: USD 4000 * Creación de contenido (blog, SEO): USD 5000 * **Total: USD 15 000**   Marketing local (20% del presupuesto total):   * Folletos y carteles: USD 2000 * Patrocinio de eventos locales: USD 3000 * Colaboraciones con la comunidad: USD 2000 * **Total: USD 7000**   Relaciones públicas (15% del presupuesto total):   * Difusión en medios de comunicación: USD 3000 * Distribución de comunicados de prensa: USD 1500 * Colaboraciones con influencers: USD 2500 * **Total: USD 7000**   Marketing directo (10% del presupuesto total):   * Campañas de marketing por correo electrónico: USD 2000 * Desarrollo de programa de fidelización: USD 1000 * Correo directo: USD 1000 * **Total: USD 4000**   Desarrollo del comercio electrónico (15% del presupuesto total):   * Mejora del sitio web: USD 3000 * Creación de la tienda en línea: USD 3500 * Publicidad de comercio electrónico: USD 2500 * **Total: USD 9000**   Marketing mayorista (10% del presupuesto total):   * Materiales de marketing B2B: USD 2000 * Participación en ferias comerciales: USD 2000 * Captación de clientes mayoristas: USD 1000 * **Total: USD 5000**   **Presupuesto total de marketing: USD 47 000** |

# ESTÁNDARES DE RENDIMIENTO Y MÉTODOS DE MEDICIÓN

## ESTÁNDARES DE RENDIMIENTO

|  |
| --- |
|  |

## INDICADORES CLAVE DE RENDIMIENTO (KPI)

|  |
| --- |
|  |

## MÉTODOS DE MEDICIÓN

|  |
| --- |
|  |

# RESUMEN FINANCIERO

## REQUISITOS FINANCIEROS

|  |
| --- |
|  |

## HIPÓTESIS/PROYECCIONES

|  |
| --- |
|  |

## ESTADOS FINANCIEROS

* + 1. CUENTA DE RESULTADOS

|  |
| --- |
|  |

* + 1. PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA

|  |
| --- |
|  |

* + 1. BALANCE

|  |
| --- |
|  |

# APÉNDICE

## RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

|  |
| --- |
|  |

## ESPECIFICACIONES E IMÁGENES DEL PRODUCTO

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **DESCARGO DE RESPONSABILIDAD**  Todos los artículos, las plantillas o la información que proporcione Smartsheet en el sitio web son solo de referencia. Si bien nos esforzamos por mantener la información actualizada y correcta, no hacemos declaraciones ni garantías de ningún tipo, explícitas o implícitas, sobre la integridad, precisión, confiabilidad, idoneidad o disponibilidad con respecto al sitio web o la información, los artículos, las plantillas o los gráficos relacionados que figuran en el sitio web. Por lo tanto, cualquier confianza que usted deposite en dicha información es estrictamente bajo su propio riesgo. |