



Como abrir su propio negocio en un mercado local

Manual para el Vendedor

Publicado por Project for Public Spaces con el patrocinio del Departamento de Comercio de los Estados Unidos, Agencia para el Desarrollo de Negocios de las Minorías (Minority Business Development Agency).

Junio, 2009



Escrito por David K O'Neil
© 2009, Project for Public Spaces, Inc.
Todos los derechos reservados.

Tabla de Contenidos

5 **Introducción**

Porque los Mercados son Buenas Oportunidades Para las Minorías
Oportunidades de Mercadeo para los Vendedores Minoritarios

9 **Empezando**

¿Que Tipo de Mercado es Mejor para Usted?
Encontrando Su Mercado
Investigación
Preguntas para Hacer
¿Qué Debes Vender?
Empezando con Poco

17 **Lo Básico de Su Negocio**

Dinero e Impuestos
Mantenimiento de Records
Lo Que Necesitara
Diseño del Puesto

25 **Construyendo un Negocio Exitoso**

Las Características de un Negocio Exitoso
Construyendo su Clientela
Como Vender Mas
Ser Un Competidor Fuerte

35 **Modelos de Ejemplo**

Aplicación de Mercado
Reglas y Regulaciones



“Si al ciudadano común y corriente se le garantiza una oportunidad justa en el lugar de votación, el debería tener una oportunidad justa en el mercado...”

Franklin D. Roosevelt (1882–1945),
Presidente de los EEUU

Porque los Mercados son Buenas Oportunidades Para las Minorías

Los mercados siempre han sido un lugar de oportunidades para las minorías, inmigrantes y otros quienes desean abrir un negocio pero que no tienen mucho dinero.

Los mercados son algo que todos compartimos. La tradición del mercado es compartida por todas las culturas en cada continente.

La tradición del mercado sigue muy viva aun en los EEUU, y la energía, las ideas y los productos, presentados por las minorías los están haciendo mucho mas interesantes, atractivos, e inclusivos. Los mejores mercados son aquellos que son los mas diversos y que atraen a muchos clientes.

No se requiere mucho dinero para abrir un negocio de mercado —es uno de los lugares mas baratos para abrir un negocio. Aunque, requiere mucha energía y compromiso para convertirlo en un éxito a largo plazo.

Usted es su propio jefe. Pero usted debe motivarse a si mismo y mantener una disposición agradable para lidiar con diferentes tipos de personas.

El éxito en un mercado no es automático, es obtenido a través de una combinación de factores tales como la localización, el tamaño, los precios, la reputación, y la experiencia en general; no todos los vendedores tienen éxito. Es el vendedor (¡usted!) junto con la calidad y la consistencia de sus productos que hacen un mercado exitoso y atrae a muchos clientes.



Mercados...

- Son más populares ahora que nunca;
- Requieren poco capital para comenzar;
- Son una forma divertida para hacer dinero y socializar;
- Un gran lugar para experimentar con productos nuevos e ideas y obtener una respuesta inmediata de sus clientes;
- Una buena forma para mejorar sus habilidades de idioma;
- Puede llevar a nuevas oportunidades a través de la comunicación con nuevas personas;
- Una manera fácil para mejorar sus habilidades de negociante

Oportunidades de Mercado para los Vendedores Minoritarios

Los mercados han proveído y siempre proveerán grandes oportunidades de negocio para las minorías porque requieren poco capital para empezar, con poco riesgo. De hecho, el USDA National Farmers Market Manager Survey 2006 reportó que el porcentaje de vendedores minoritarios en los mercados agrícolas fue mas alto que el porcentaje de granjeros minoritarios en una población de granjeros en general.¹ Después de hacer un sondeo nacional descubrimos que algunos mercados tienen una misión explicita para apoyar a los vendedores minoritarios (ver abajo), y varios programas de entrenamiento también han sido establecidos, principalmente para granjeros minoritarios, los cuales incluyen un componente de entrenamiento en sus currículos para vendedores (ver pág. 7). Es mas, varias organizaciones han desarrollado manuales para vender en los mercados agrícolas, pero aparenta haber una falta de programas de entrenamiento dedicados o manuales para las minorías interesadas en vender en todo tipo de mercado.

¹ USDA Farmers Market Manager Survey 2006. Washington, D.C., 2009.

Markets

Mercado Central

Minneapolis, MN

<http://www.mercadocentral.net/>

612-728-5485 egeorge@ndc-mn.org

Este mercado de interior se enfoca principalmente en los productos Latinos vendidos por vendedores Latinos.

Mezcla de productos: alimentos frescos, alimentos preparados, ropa, zapatos, joyas, música, libros, y servicios.

Mercado Publico Fruitvale

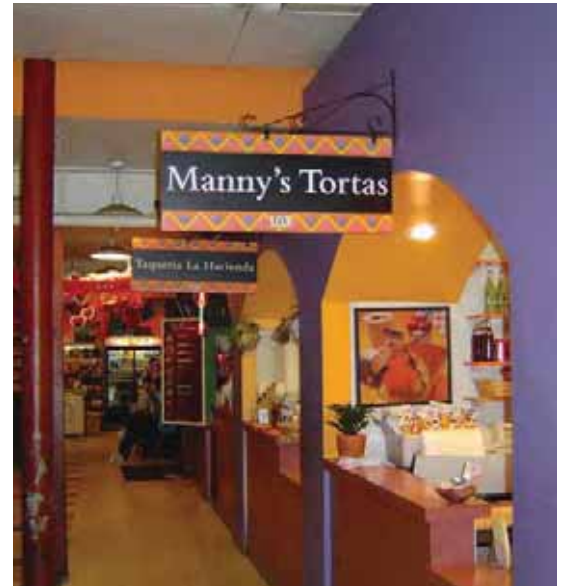
Oakland, CA

<http://www.unitycouncil.org/services12.htm>

(510) 535-6900 unitycouncil@unitycouncil.org

Este mercado de interior/exterior fue fundado como un incubador de pequeños negocios, proveyendo espacio a bajo-costos y servicios de asistencia técnica para los miembros de los vecindarios de Fruitvale y San Antonio en Oakland, CA.

Mezcla de productos: productos de panadería, ropa, productos de belleza, flores, y artesanías.



Mercado Central



Mercado Publico Fruitvale

Programas de Entrenamiento

Agriculture and Land-Based Training Association (ALBA)

Salinas, CA

www.albafarmers.org 831-786-8760

Sirviendo a la población Latina, Alba patrocina un Programa Educativo para Pequeños Granjeros el cual dedica una porción de su currículo al entrenamiento de ventas y mercadeo.

New American Sustainable Agriculture Project (NASAP)

Lewiston, ME

www.ceimaine.org/content/view/115/164/ nasap@ceimaine.org 207-777-5131

NASAP trabaja con refugiados Somalís para ayudarles a desarrollar un negocio agrícola y también proveer asistencia de mercadeo para que los nuevos granjeros puedan vender sus productos en un mercado agrícola.

New Farmer Development Project (NFDP)

New York, NY

<http://cenyc.org/greenmarket/nfdp> 212-788-7476

El NFDP identifica, educa, y apoya a los inmigrantes Latinos que con experiencia en la agricultura para llegar a ser agricultores locales. Su programa de entrenamiento incluye una sección sobre como vender en los mercados agrícolas. Al completar el entrenamiento, cultivadores exitosos son colocados en los mercados agrícolas a través del sistema Greenmarket en la ciudad de Nueva York.

Otros Materiales de Entrenamiento para el Vendedor

Biblioteca de Recursos de la Coalición de Mercados Agrícolas

www.farmersmarketcoalition.org/resources

Mientras que la cantidad de programas de entrenamiento y apoyo para los granjeros minoritarios esta aumentando, y muchos de estos incluyen lecciones de mercadeo directo, aun hay una falta de oportunidades educativas para TODO tipo de vendedores de mercado- pulguero, artesanal, re-vendedores, etc. Aunque, el mejor entrenamiento ha sido y siempre será encontrado el mismo mercado. Usted aprenderá lo máximo sobre como crear un negocio exitoso siendo un vendedor en el mercado. Aprender de sus propios errores, recibir consejos de otros vendedores, y escuchar de sus clientes lo que les agrada y no agrada de su negocio será el mejor entrenamiento que el dinero pueda comprar!







“Fui una vendedora en la calle; el Mercado Reading Terminal ha sido una bendición para mi y he estado aquí por 26 años.”

Charita Powell, Vendedora de Joyas & Regalos

¿Que Tipo de Mercado es Mejor Para Usted?

Hay muchos tipos de mercados que usted puede considerar. Aquí están los mas populares:



Mercados Agrícolas Usualmente reservados para los granjeros que cultivan sus propios productos. Algunos mercados agrícolas también permiten algunos puestos artesanales y de alimentos preparados.

Mercados Artesanales La mayoría de los mercados artesanales son a corto plazo (un fin de semana o un día) pero algunos operan al menos cada fin de semana del año. Frecuentemente, estos son mercados 'juzgados' queriendo decir que usted le debe enseñar muestras de su trabajo a un grupo de personas que decidirán si su trabajo es aceptable.



Mercados del Interior Estos también son llamados 'mercados de salón' y en la mayoría se encuentran vendedores de alimentos frescos y preparados (carniceros, panaderos, pescadores, queserías, alimentos étnicos y mas). Algunos también permiten una cantidad limitada de artesanías y/o objetos que no sean alimentos. Cada mercado es diferente, así que usted tendrá que averiguar las oportunidades específicas con el director/la directora del mercado.

Mercado de Pulgas (también llamados Encuentros de Intercambio) Estos permiten una amplia gama de mercancías desde productos nuevos a productos usados, alimentos, artesanías, electrónicos, muebles, coleccionables, y demás.



Mercados Feriados Usualmente operan entre el final de noviembre hasta todo diciembre. Los productos son principalmente regalos para Navidad, Hanukah, o Kwanzaa. Los mercados suelen tener horarios largos y pueden ser abiertos hasta tarde. Muchos también tienen puestos de alimentos y de entretenimiento.

Mercados Comunitarios Usualmente son pequeños y a corto plazo. Estos mercados son vitrinas de las personas y de los productos en una comunidad local y pueden incluir productos hechos a mano, productos de panadería, y productos usados. A veces un mercado comunitario puede ser combinado con un mercado agrícola.

Mercados en la Calle o Ferias Algunos pueblos cierran una calle para establecer mercados de comida, arte, y mercancía en general. También hay algo de entretenimiento, música, o exposiciones. Estos serían eventos especiales y por lo general no ocurren cada semana.

Encontrando Su Mercado

Las mejores fuentes para encontrar mercados:

De boca en boca: pregunte a sus amigos, vecinos, y dueños de tiendas locales

Las Paginas Amarillas: cheque los listados alfabéticos bajo la sección de mercados artesanales, mercados de las pulgas, mercados agrícolas, mercados feriado, etc.

Periódicos Locales: buscar por anuncios o historias.

Internet/Red: el mejor lugar para obtener información hoy.

Buscador Informática de Mercados

Mercados de las Pulgas

www.keysfleamarket.com

Esta página le permite buscar por estado.

Mercados Agrícolas

www.localharvest.org/farmers-markets

Esta página le permite buscar por estado o por código postal.

Mercados Feriados, Mercados Artesanales y otros mercados

Busque en la red utilizando palabras claves como 'mercados de ferias' o 'mercados artesanales' y luego agregue su ciudad. Por ejemplo, si usted esta buscando por un mercado artesanal en Boston, vaya a la barra de búsqueda de la red y escriba: *mercado artesanal Boston*.

Investigación

Una vez usted ha encontrado un mercado, usted necesita determinar si es el mercado apropiado para usted. Visite el mercado—mire alrededor— ¿que se vende? ¿Qué compra la gente? ¿Es un ambiente agradable? ¿Se siente cómodo en ese lugar?

Hable con algunos de los vendedores —siempre son una buena fuente de información.

Contacte al administrador

El próximo paso es hablar con la persona encargada. Cada mercado tiene a alguien quien es responsable para hablar con las nuevas personas interesadas en vender en el mercado. Si usted ha hecho su tarea de averiguar, le será más fácil empezar una conversación con ellos. Muchos mercados tendrán un procedimiento para aplicar al mercado y le dirán lo que debe hacer.

A veces, lo mas fácil será encontrar al director del mercado y presentarse, y decirle que usted esta interesado/a en abrir un puesto. Usualmente ellos le dirán que hacer ahí.

Recuerde que en su primer encuentro con el administrador su impresión es importante; así que asegúrese que esta usando un traje presentable.

Preguntas para Hacer

Preguntas para el Administrador:

La Mercancía ¿Qué es permitido y no permitido?

Alquilar ¿Cuánto cuesta? ¿Existen otras cuotas o gastos?

Las Reglas y las Regulaciones ¿Cómo opera el mercado?

La Instalación ¿Qué necesita traer?

Las Cuotas y los Permisos ¿Cuáles son los requerimientos?

Preguntas par los Vendedores:

Los Clientes ¿Qué clase de clientes compran aquí?

Los Niveles de Ventas ¿Es este un mercado rentable para los vendedores?

Los Productos ¿Qué clase de mercancía funciona mejor aquí?

Las Operaciones ¿Es el mercado bien dirigido?

El Ambiente ¿Es el lugar agradable para trabajar?

¿Qué Vender?

Escoger que vender es tan importante como encontrar el mercado apropiado. Tiene que sentirse cómodo en su puesto y tener conocimiento sobre sus productos. Si su inglés es limitado, venda algo que no requiera mucha explicación.

Un buen administrador de mercado le dará sugerencias. Por ejemplo, diría “Estamos procurando mas vegetales, o estamos buscando a alguien que haga tacos con el pescado local.” Asegúrese de preguntar!

La apariencia visual es importante La gente debería reconocer inmediatamente lo que usted esta vendiendo.

Resalte su cultura Introduzca las especialidades de su cultura al publico común.

Las artesanías se venden bien. Si usted tiene talento artesanal o tiene buen contacto con artistas, procure vender artesanías que le agradarían al público.



alimentos listos-para-comer



artesanías



alimentos frescos

Los productos y los alimentos importados siempre se venden bien en los mercados.

Los artículos usados suelen ser vendidos en los mercados de las pulgas, y usualmente incluyen artículos como ropa, herramientas, coleccionables, y muebles.

Los alimentos frescos son muy populares en los mercados—y los mercados agrícolas son hoy los de más rápido crecimiento. Jardineros urbanos también están teniendo éxito vendiendo en los mercados.

Los alimentos preparados también son populares; tales como productos de panadería, condimentos, mermeladas, y dulces. A la gente le guste los productos que son frescos y que parezcan y tenga sabor a comida ‘casera.’

Los alimentos listos-para-comer entre comidas se venden bien en los mercados. Usted puede llevar alimentos que ya están preparados, o también los puede hacer en frente de sus clientes en el mercado.

Las Regpara los Vendedores Relacionados con Alimentos

Las regulaciones de salud y las pólizas con respecto a las inspecciones de los mercados varían de estado a estado, y aun de condado a condado. Contacte su administrador del mercado para averiguar que regulaciones locales se requieren.

No importa lo que usted decida vender, usted necesita que tener **Conocimiento de su Producto** y credibilidad, tener una **pasión** por sus productos y entusiasmo con sus clientes, tener **capacidad** y **proveedores fiables** que le puedan proveer con lo que necesita.

Empezando Pequeño

Es mas fácil de empezar su propio negocio si empieza pequeño.

Mantenga sus gastos y riesgos bajos en el comienzo.

Un negocio de mercado puede ser abierto con poco dinero. Nuestro estudio en el 2003 sobre los mercados públicos revelo que un 83% de los vendedores financiaron los gastos del comienzo de sus negocios con sus ahorros personales, y un 54% de los vendedores gastaron menos de \$1,000 USD para empezar sus propios negocios.² Si usted empieza pequeño, los únicos gastos serian inventario, arrendamiento, y tal vez alguna transportación.

El espacio de mercado básico se llama un ‘puesto’ o una caseta. En el comienzo, **un puesto pequeño es mejor** que un puesto grande.

Los mostrarios de productos lucen mejor y más llenos en los espacios pequeños. Los puestos llenos atraen a más clientes que los mostrarios grandes con mucho espacio sin utilizar.

En el principio, es importante **ser un buen escuchador y observador.** Cultive su negocio a través de aprender lo que la gente quiere, usted puede hacer cambios pequeños cada semana y observar como crece su negocio.

A la medida que su negocio desarrolle, usted puede incrementar su inventario y **hacer cambios basados en sus experiencias.** Esta es la mejor manera de cultivar un negocio de mercado.

Muchos mercados tienen los mismos clientes cada semana—usted conocerá estas personas y desarrollara **relaciones sociales.** Usted esta desarrollando una reputación de negocios a través de conexiones personales. Si sus clientes aprenden a confiar en usted y saben que usted tiene productos de buena calidad, ellos le hablaran a sus amigos de su negocio y de tal manera crecerá.

² *Los Mercados Públicos como Vehículo para la Integración Social y la Movilidad Social (Public Markets as a Vehicle for Social Integration and Upward Mobility).* New York, 2003.



Empiece Pequeño y Crezca Sabiamente







“Mi suegra encontró este mercado y pensó que era una buena localización—la localización de el mercado es muy importante.”

Brain Wang, ciudadano Americano, nacido en Taiwán
Vendedor de Jugos Frescos

Dinero e Impuestos

Costo de Instalación

Una operación de mercado es una de las formas menos costosas para tener su propio negocio. Muchos pequeños negocios empezaron con un mercado. Usted podría empezar un negocio de mercado con solo los gastos de la arrenda, equipaje de avisos, y mercancía.

Gastos de Operación Corrientes

Aparte del arriendo usted tendrá que cubrir los gastos de la transportación, mercancía, empleados (opcional) y no mucho más.

Flujo de efectivo

Usted debe empezar cada día con cambio (monedas y billetes) pero no se le olvide deducir la cantidad inicial cuando usted sume todo al final del día. Un negocio de mercado puede funcionar con muy poco flujo de efectivo.

Prestamos

Raramente es necesario sacar un préstamo del banco. La mayoría de la gente usa sus ahorros o empiezan con algún dinero prestado de su familia o amigos cercanos. Aunque, los costes de lanzamiento en un mercado interior permanente generalmente serán mas altos. Algunos mercados de interior pueden tener prestamos pequeños disponibles y/o ayudan a pagar las “mejoras inquilinas” de su espacio como parte del acuerdo de arrendamiento total.

Invirtiendo en el Negocio

A medida que usted aprende acerca del mercado, sus clientes y sus niveles de ventas, usted puede decidir como invertir en el futuro de su negocio. ¿Desea comprar mas productos? ¿Desea tener un puesto mas grande?

Empleados

Al principio, usted puede manejar todo usted mismo. Si esta muy ocupado eso quiere decir que usted esta haciendo mucho negocio (¡genial!), entonces puede contratar a alguien que le ayude. Puede haber personas en el mercado que están buscando trabajo temporal.

Ingreso Principal contra Ingreso Secundario

Muchos negocios de mercado comienzan como ingreso secundario. Es como un trabajo de medio tiempo con la excepción de que usted es el jefe. Si usted logra tener éxito en su mercado, usted puede tomar la decisión de dejar su otro trabajo.

Impuestos

Negocios de mercados deben pagar impuestos. Usted necesitara un Numero de Identificación de Impuestos (TIN) y debería chequear con el administrador del mercado (u otros vendedores) para saber que impuestos son requeridos en su mercado. En la mayoría de estados usted necesitara que obtener una licencia de negocios que lo registra con la autoridad local y algunos mercados requieren que usted muestre su licencia en su puesto.

Las leyes de impuestos son diferentes en cada estado y a veces pueden ser confusas, así que asegúrese de tomar el tiempo para entenderlas correctamente.

Mantenimiento de Records

¡No exagere con el papeleo! Un simple diario es todo lo que usted necesita para empezar.

Registros simples le ayudaran a evaluar su progreso y a hacer planes. Por ejemplo, en su segundo año usted puede revisar y ver lo que usted ha vendido en los mismos días del año anterior para adquirir mas este año.

Artículos para tener en Cuenta

Inventario

Un listado de todo lo que usted trajo al mercado y los precios

Empleados

Nombres de todos que trabajan en el puesto

Gastos

Arriendo, transportación, municiones, imprevistas

Ventas

Numero de productos vendidos y total de las ventas

Clima

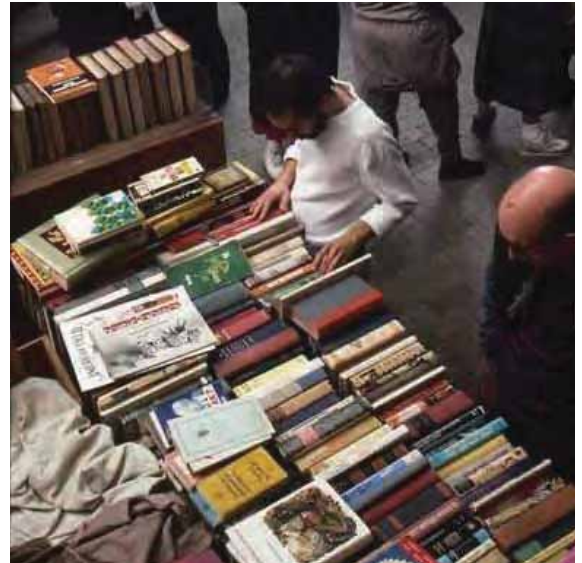
Una pequeña nota de cómo estuvo ese día

Observaciones

Otros factores relevantes tales como días festivos, eventos especiales, etc.

Recordatorios

Anotaciones para usted tales como solicitudes de los clientes, ideas nuevas, etc.



¡Una vez que usted ha establecido su negocio, estará listo para empezar a vender en el mercado!

Lo que Usted Necesita

Mercado Interior Permanente

Se le requerirá ‘construir’ su puesto con estampes permanentes, servicios, iluminación, mostradores, etc. Estos puestos son más costosos que los puestos al aire libre, y su costo puede estar entre unos pocos miles, a diez miles de dólares.

Mostradores
Refrigeradores (para alimentos frescos)
Área de Transacciones
Espacio de trabajo
Almacenamiento
Iluminación
Avisos para su compañía y productos

Mercado al Aire Libre Temporal

Trate de utilizar artículos que usted ya tiene o préstelos de los familiares y amigos. Si usted tiene que comprar todo nuevo, debería costarle menos de unos cuantos cientos de dólares. Algunos mercados al aire libre tienen acceso a agua y electricidad, pero muchos no saben que esperar antes de llegar.

Carpa (opcional)
Mesas plegables para exhibir
Cajas o estantes para exhibir
Sillas (una o dos)
Mantel
Receptáculo para basura/
reciclables
Caja para dinero (traiga
cambio!)
Avisos para su compañía y
productos

Diseño del Puesto

Localidad

Cuando este haciendo su investigación acerca de un mercado, tome tiempo para observar el flujo del trafico. ¿Dónde entran los clientes? ¿Qué partes del mercado son las más ocupadas? ¿Cuáles son los vendedores que les van mejor?

En un mercado establecido, los mejores espacios usualmente están reservados para los vendedores que han estado ahí por mucho tiempo. Quizás deba ‘gastarse un tiempo’ para enlistarse para unos de los mejores espacios. Pero, usted puede que tenga alguna elección sobre su localización, así que escoja basado en lo que será lo mejor para usted.

Visibilidad

Una vez que tenga su espacio asignado, recobrarlo y mírelo desde todos los ángulos posibles para ver como los clientes miraran su puesto. Este es un ejercicio muy fácil y muy importante. Asegúrese que sus avisos tomen ventaja de todas las líneas vistas—facilite que sus clientes lo vean a usted y a su mercancía.

Cobertura/Toldo

Algunos mercados requieren toldos y otros no. El clima caliente y soleado y regulaciones sanitarias son todas las razones por las cuales usted puede necesitar cobertura. Muchos vendedores al aire libre utilizan toldos tipo 'sobrillas' que son grandes, cuadradas y que se abren de manera simple. Vienen en varios tamaños, así que asegúrese de que cabra en su espacio asignado en el mercado.



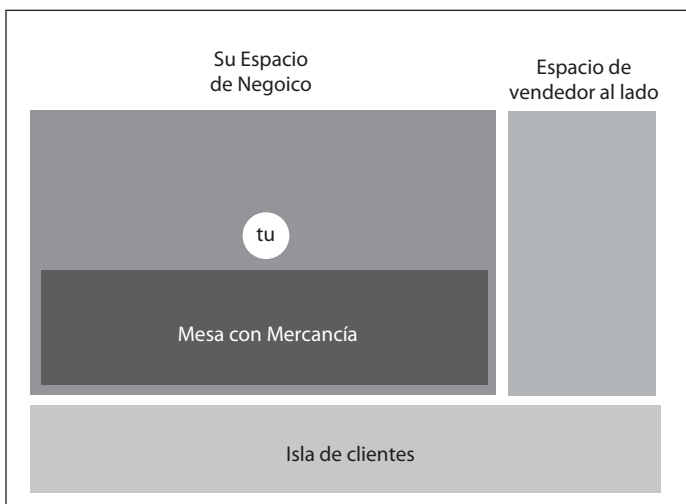
Tiendas Sombrilla Típica

Algunos mercados también requieren que usted asegure su toldo. Siempre tenga Manila y objetos pesados (tales como una bolsa de arena o una pila de cemento) para anclar su toldo.

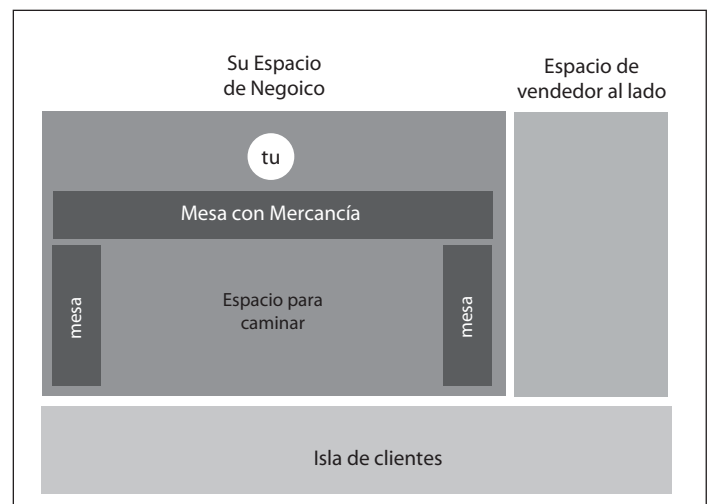
Diseño del Mostrarlo

Usted puede configurar su puesto en diferentes maneras.

El mas común es colocar la mesa directamente en el pasillo y dejar que los clientes se paren en el pasillo para observar y comprar. Usted también puede crear un puesto 'abierto' con una abertura que permita la gente ingresar a su puesto: una forma de U, con la abertura al frente, con las mesas aliñándose dentro del perímetro o en su puesto; usted también podría colocar una pequeña mesa en el centro donde los clientes caminen alrededor.



Mesa-en-la-isla



Espacio-de-negocio-en-forma-de-U

Los puestos con forma de U trabajan muy bien en un espacio grande y pueden ser difícil hacerlo en un solo local. Es recomendado que usted empiece con un mostrador que de frente al pasillo. Esto le dará a sus clientes la máxima exposición a su mercancía.

Iluminación

Si su mercado es durante el día y tiene suficiente luz solar usted no necesitara traer iluminación artificial. Aunque usted necesita pensar en el efecto que la luz natural tendrá en sus productos. Si usted tiene productos perecederos tales como verduras, el sol puede dañar sus productos y usted necesitara controlar la luz solar con una tienda o un toldo.

Recuerde que usted necesita mover sus productos y mostradores durante el día para ambos evitar y tomar ventaja de la luz del sol. Si usted necesita luz artificial, averigüe si es proveída por el mercado o si usted necesita traer su propia luz. Cuando usted establezca luz artificial asegúrese que la fuente de la luz es protegida y no directamente en los ojos de los clientes.

Avisos

Todos sus productos deben ser marcados y con precios. Esto parece ser obvio, pero es sorprendente que tan frecuente la gente no lo hace. Si algo no tiene precio, la mayoría de la gente no lo comprara.

Los avisos pueden ser escritos a mano o imprimidos. Ambos están bien con tal que sean simples y fácil de leer. Si usted tiene material laminado usted puede borrar los avisos con un trapo y cambiar las palabras y precios durante el día.

Preparación y Actividad

La gente es atraída a la acción, así que siempre trate y tenga un puesto activo. Si usted no tiene algún cliente comprando, usted debería hacer algo, reorganizar mostradores, limpiar el área adentro y alrededor de su puesto, ajustando los precios—cualquier cosa que le de a su espacio un poco de vida.

Almacenamiento

A medida que usted tiene éxito, usted querrá traer más productos al mercado. A los clientes les gusta la abundancia, así que muestre tanto de su producto como sea posible. En lugar de almacenar los productos, saque tantos como sea posible sin exagerar.

Si usted necesita espacio adicional para sus productos, empiece por almacenarlos en su propio vehiculo. Algunos mercados dejan que usted parque en su puesto y otros requieren que usted descargue y mueva su carro o camión. Si usted tiene que parquear su carro en un parqueadero remoto planee ir y regresar a su vehiculo para sacar mas productos de ahí. También puede expandir su puesto al alquilar otro puesto.



Tenga avisos claros para su negocio



Colóquele avisos claros a todo



¡Traiga una silla pero no se siente!







“El mercado se ha convertido como una segunda familia para mi—y mis hijos lo mas probable se harán cargo del negocio.”

Kamal Albarouki, ciudadano Americano, nació en Siria
Vendedor de Especialidades del Medio Oriente

Las Características de un Negocio de Mercado Exitoso



Calidad

Esto no puede ser sobre enfatizado. Los clientes dicen que la calidad es el factor mas importante en escoger un lugar para comprar. Calidad no quiere decir vender productos caros o únicos. La calidad empieza con la apariencia y termina con el sabor. Los clientes piensan que si un producto se ve bien, debe saber bien. La calidad mantendrá un mercado a largo plazo y lo distinguirá de su competencia.

Servicio al Cliente

Considere los puntos de vista y las necesidades de sus clientes.

La atención personal que usted le da a sus clientes no solo es esperada, también es esperada a ser excelente. Los clientes quieren servicio al cliente personal que distinga un mercado de su competencia. Actúe amigable y profesionalmente todo el tiempo.

Desde el momento que un cliente le señala a usted que el o ella necesita alguna ayuda usted tiene que estar listo para atenderlo/a. Debe estar disponible. Si usted esta ocupado tenga en cuenta sus clientes.



Tenga cuidado con la mercancía que van a comprar y asegúrese que usted esta haciendo lo que ellos quieren. Siempre haga preguntas a sus clientes: ¿Cuál lonja de pan o cual pollo prefieren? ¿Lo quieren cortado? ¿Lo van a comer esta noche? ¿Necesita estar empacado para el congelador? ¿Necesitan alguna información en como prepararlo?



Si usted esta vendiendo vegetales o frutas, déjele saber a sus clientes donde fueron cultivados.

Pregúnteles si ellos necesitan una bolsa extra para otros paquetes que pueden estar cargando.

Colóquese en la posición de sus clientes y trátelos de acuerdo como usted quisiera ser tratado. Si usted da un excelente servicio la gente lo recordara y empezara a desarrollar una clientela leal y establecer su negocio.

Mantenimiento del Negocio

Piense que su puesto de mercado esta vivo, como un jardín que siempre requiere mantenimiento.

Siempre hay algo para hacer. Reponer, limpiar, instalar o cambiar los mostradores. ¿Esta presentable el frente del puesto? Es una buena idea revisar constantemente el frente para ver como se ven las cosas desde la perspectiva del cliente. ¿Esta el piso del frente limpio y seco? ¿Están limpias las cajas? Ofrezca muestras. Revise sus etiquetas. ¿Están justos sus precios? ¿Hay algún hueco en su mostrador? ¿Están las reservas frescas? ¿Están limpias las luces?

Si usted no cuida su puesto—nadie lo hará! El nivel de mantenimiento y preocupación que un dueño le dedica a un negocio de mercado es una de las dinámicas que lo hace atractivo a los clientes. No se mantenga sentado esperando a que los clientes vengan hacia usted. Eso manda un mensaje que a usted no le importa su puesto y sus clientes pensaran que ellos no le importan a usted.

Los Precios

A los clientes les importa la calidad y el precio. Usted puede obtener un precio justo en un mercado y hacer su dinero en base de volumen de ventas. Sus productos no pueden ser caros a no ser que usted este vendiendo solo de calidad altísima.

Muchos productos disponibles hoy pueden ser encontrados en varias localidades, entonces las personas siempre buscan por el precio mas barato. Aunque usted este cultivando o produciendo un producto que nadie mas vende, el precio siempre es un factor importante. Pregúntese ¿qué es justo y que esta cobrando mi competencia?

Si usted esta vendiendo mercancía competitiva (la mayoría de las cosas lo son), usted debería tener en cuenta cuanto esta cobrando su competencia. La mayoría de los clientes compran basado en el mejor precio. Si usted cobra más que su competencia, ¿como lo justifica? ¿Comparte su cliente con usted la justificación?

Los Mostradores

Los clientes compran con sus ojos

La apariencia visual de su puesto es su herramienta de mercadeo mas fuerte. La diferencia entre un buen mostrador y un mal mostrador puede hacer una gran diferencia en como



Un mostrador atractivo



Un mal ejemplo



Este puesto esta atractivo desde lejos...



...y de cerca

la gente lo percibe a usted y a sus productos. El mostrador es una herramienta de ventas frecuentemente desvalorizada que es simple de corregir. Reorganizaciones básicas de un producto pueden hacer una gran diferencia. Un mostrador debe tener un mensaje simple.

Un buen mostrador sobresalta la belleza del producto. El arreglo del mostrador debería ser artístico. Un buen mostrador es abundante. Tenga en cuenta al viejo dicho del mercado: “Amontónelo alto y véalo volar.”

Cambie los mostradores con las estaciones y aun durante el día. Los mostradores deberían ser cambiados durante el curso del día con el cambio de mercancías. Use su mostrador para promover los productos en venta.

Visite a otros mercados para sacar ideas, mirare revistas, vaya a un museo de arte y observe a los cuadros de naturaleza muerta pintados por los viejos maestros. Un buen mostrador tiene el poder de atraer, vender y crear un ambiente de compras impulsivas.

La Apariencia

Usted es un reflejo de su producto. Si usted se ve agradable su producto luce mejor. Su ropa debe ser simple y limpia. Si los oficios del mercado lo ensucian mantenga un delantal limpio o una chaqueta para utilizar cuando este atendiendo a sus clientes. Hábitos del aseo personal son esenciales. Mírese en el espejo y imagínese que usted es su cliente. Sus manos deberían estar limpias cuando este manejando alimentos.

La Limpieza

Los clientes tienen muy en cuenta la limpieza de un mercado; esto es especialmente verdad para los mercados de alimentos. Los clientes se preocupan por su salud y quieren asegurarse que están comprando su comida en el ambiente mas limpio posible. Aunque muchos mercados tienden a estar sucios al final del día, usted debería mantener su puesto y el mercado lo mas limpio posible.

Si alguien mira a su puesto y encuentra que esta sucio, ellos se irán al próximo puesto. Durante el día del mercado tome el tiempo de caminar alrededor de su puesto y asegúrese que se vea limpio desde cada ángulo.

Construyendo su Clientela

Usted construye un negocio de mercado satisfaciendo un cliente a la vez. Si están felices, le dirán a otras personas.



De Boca en Boca es la herramienta más poderosa para construir su negocio.

Conozca a Su Clientela Potencial

¿Cuál es su clientela ideal? Asegúrese de escoger el mercado apropiado donde usted tenga muchos clientes potenciales.

Creando una Lista de Correo

Coleccione las direcciones electrónicas de sus clientes y semanalmente mándeles mensajes recordándoles que usted estará en el mercado y lo que usted estará vendiendo.

Acepte las Tarjetas de Crédito y de Débito

Si usted acepta las tarjetas de crédito y/o de débito—especialmente si sus productos son caros—la gente estará más dispuesta a comprar algo.

Acepte los Cupones de Alimentos (SNAP)

Millones de Americanos usan SNAP, un programa de ayuda federal, para comprar productos, carne, pan y lácteos. Consiga esta clientela convirtiéndose en un minorista de SNAP. Para aprender más sobre el programa visite al <http://www.fns.usda.gov/snap/retailers/default.htm>

Tenga una Página de Red

Crea una página de red económica usando algo como blogger.com o sites.google.com. Utilícelo como otro lugar donde sus clientes pueden comprar sus productos.

Empiece un Club de Compradores

Crea un club para compradores frecuentes con ofertas especiales.

Publique y Promueva

Recuerde que de boca en boca es la mejor forma de publicar, así que no gaste mucho dinero en publicidad en el comienzo hasta que usted este seguro de lo que trabajara.



Como Vender Más

Use la **Regla de Tres Segundos** para atraer a los clientes y vender más productos.

¿Cuál es la Regla de Tres Segundos? Cualquier buen mercado tiene mucha acción y usted esta compitiendo con los otros vendedores por la atención de los clientes potenciales. Los clientes solo tienen tres segundos para caminar al lado de un puesto regular y decidir si ellos quieren parar y comprar esos productos.

Usted debe tener un puesto que luzca grandioso así los clientes entenderán fácilmente lo que usted esta vendiendo, sino ellos seguirán caminando hacia el próximo puesto.

Tome el tiempo para observar a su puesto desde el punto de vista de sus clientes. ¿Es obvio lo que usted esta vendiendo? Camine dentro de sus pasillo y mire a su puesto desde cada ángulo. ¿Se ve agradable para los clientes aproximándose de todos los lados?

Sus mostradores deberían ser **simples** y **llenos**.

La altura es su amigo, **construya su producto hacia arriba**.

Coloque sus **productos en hileras** en diferentes niveles.

Sobresalte los colores de sus productos; las personas son atraídas a los colores.

Mantenga algún movimiento; las personas son atraídas a la actividad. **¡No se siente!**

¡Colóquele precios a todo! A la gente no le gusta preguntar cuanto cuesta algo y seguirán caminando si el precio no es obvio.

Su **espacio mas valioso esta en el pasillo**, así que úselo sabiamente.



Use la altura a su ventaja



Sobresalte al color



Coloque precios claros en todo



Mantenga las cosas limpias y organizadas...



...no desorganizadas como esto

Innovación

Los clientes esperan ver algo inusual y exótico en un mercado. Aunque usted solo venda pocos productos que son diferentes llame la atención hacia ellos. A los clientes les gusta ver que usted siempre esta buscando nuevos productos para que los traten. Un buen mercado trae productos comunes y ofrece productos nuevos y exóticos para atraer al paladar y la imaginación. Manténgase al tanto de productos nuevos o especiales. A veces el negocio de mercado se relaciona con el negocio del entretenimiento, así que diviértase un poco y entretenga a sus clientes.

Personalidad

Los clientes seleccionan un mercado no solo por los productos y los precios, pero por la gente. El mercado es un ambiente muy social y a las personas les gusta mezclarse con sus vecinos o charlar cerca del mostrador mientras que compran. Conozca a sus clientes. Preocúpese por ellos. Hable sobre sus productos. Pregúnteles si les gusto lo que compraron de usted antes. Felicítelos sobre sus apariencias. Pregúnteles sobre sus familias si parece apropiado hacerlo. El ambiente del mercado debería ser muy agradable y alegre. Si un cliente se siente satisfecho, lo mas probable es que regresara al mercado.

Los clientes del mercado tienden a ser muy local. La misma gente que viene día tras día, semana tras semana será la que mantendrá su negocio abierto. Anímese y disfrute mientras que usted trabaja y sus clientes sentirán esa energía positiva y se sentirán bienvenidos y cómodos en el mercado.



Sea un Competidor Fuerte

La competencia mueve al mercado. Es intensa y con frecuencia incomoda.

Muchos pequeños negocios no pueden sobrevivir solos. En un mercado todos serán mas fuertes si trabajan juntos y compiten juntos. **La competencia es buena para su negocio.** En un mercado, la competencia es intensa porque es muy inmediata y cerca, pero esa energía es lo que anima al cliente y lo que contribuye al ambiente del mercado.

Usted debe trabajar duro. Usted tiene que tener credibilidad. Usted debe disfrutar la vida.



¿Quién mas esta vendiendo los mismos productos que usted? ¿Qué puede hacer para mejorar? ¿Puede tener mejores precios? ¿Por qué debería un cliente comprarle a usted y no a su competencia?

¿Dónde esta vendiendo su competencia? ¿Están ellos mejor localizados? ¿Si es así, como puede atraer la gente a su puesto?

¿Por qué lo deberían escoger a usted? Los clientes se preocupan mucho por los precios y buscaran el mejor precio. Otros clientes quieren la mejor calidad y buscaran hasta conseguirla. Usted tiene que buscar que le servirá mejor en la competencia.

La vulnerabilidad Si usted tiene una buena idea los demás se la copiaran. Planeé para la competencia, aun si usted no tiene alguna en el comienzo.

La Flexibilidad Una de las cosas mas convenientes de tener un puesto de mercado es que puede ajustar cosas rápidamente. Si usted tiene alguna competencia tendrá que bajar sus precios, agregar algo nuevo, hacer su mostrador mas interesante—hacer algo—no se siente ahí permitiendo que su competencia se le lleve el negocio.



“Vender en los mercados agrícolas me ha dado la oportunidad de mantener a mi finca, pagar mis gastos, y este año me permitirá pagar la universidad de mi hija.”

Ana Ángel, nacida en México
Granjera y vendedora en un mercado



Ejemplo de una Forma de Aplicación

Gracias por su interés en el Downtown Phoenix Public Market (DPPM). Nos complace solicitar APLICACIONES para vendedores.

La localidad: El lote vacante en la esquina sureste de la McKinley Street y Central Avenue.

El arreglo: Al aire libre. Usted provee sus propias tiendas y mesas.

Días y Horarios: Miércoles de 4 p.m. – 8 p.m. todo el año
Sábados de 8 a.m. – 1 p.m. Octubre - Mayo
8 a.m. – mediodía Mayo - Octubre

El mercado le da la bienvenida a los siguientes artículos:

Agrícolas – De granjeros quienes crían, cultivan y cosechan sus productos, hierbas, flores, y cultivos de vivero para vender en el mercado. También están incluidos artículos de apiarios, productores de huevos, productos lácteos, y carne y los pescadores y granjeros que procesan sus propios productos crudos en artículos de “valor agregado.”

Artesanías – Hechas por las personas que crean artesanías con sus propias manos y venden sus productos en el mercado. Artesanías conteniendo materiales nativos de Arizona o del Suroeste como ingredientes principales en el producto (min 50%), se les dará preferencia.

Vendedores de Alimentos Preparados/Procesados-- De aquellos quienes ofrecen productos de alimentos frescos que han sido procesados por ellos mismos en productos para la venta. Estos son artículos listos-para-comer o pre-empacados. Los vendedores que venden productos alimentarios de valor agregado son aconsejados de usar ingredientes cultivados localmente. El porcentaje de los ingredientes cultivados localmente en su producto puede ser un factor en su entrada al mercado.

Selección de Vendedores – Su APLICACION será revisada por un Jurado de Selección de Vendedores que revisara todas las aplicaciones del mercado para asegurarse que sus productos estén de acuerdo con el criterio mencionado. Si es seleccionado, a usted le pedirán que provee cualquier permiso pendiente/ información de seguro, junto con un acuerdo de mercado firmado y su cuota anual.

Estructura de Cuotas

Cuotas anuales: Mercado de Sábados: A todos los vendedores participando se les cobrará una cuota anual de \$65 USD por el primer espacio requerido de 10' x 10' y \$40 USD por cada espacio después de eso. Mercado del Miércoles: A todos los vendedores participando se les cobrará una cuota anual de \$65 por el primer espacio requerido de 10' x 10' y \$40 por cada espacio después.

Cuotas Diarias: Además de Cuotas Anuales, le pedimos una cuota del 10% de sus ventas diarias cada día del mercado.

Equipaje para la Renta: El mercado tiene una cantidad limitada de tiendas extras y mesas disponibles. Habrá un precio de \$5 USD/día para el uso de estos.

Ejemplo de una Forma de Aplicación

PRE-APLICACIÓN PARA VENDEDORES EN EL DOWNTOWN PHOENIX PUBLIC MARKET

Nombre del Negocio: _____
Nombre del Contrato: _____
Dirección Calle o Caja Postal: _____
Ciudad: _____ Estado: _____ Código Postal: _____
Localidad Física: Calle(s) _____
Ciudad: _____ Estado: _____ Código Postal: _____
Telefono: Negocio (____) _____ Casa (____) _____ Celular (____) _____
Dirección de correo: _____ Pagina en la Red: _____
Nombres de los empleados/Miembros de la familia etc. quienes puedan vender por usted en el mercado: _____

Mercado del Sábado: Días que usted espera participar (por favor marque) o, seleccionar TODAS LAS SEMANAS.

	Enero 09	Feb09	Marzo 09	Abril 09	Mayo 09	Jun 09	Jul 09	Ago 09	Sept 09	Oct 09	Nov 09	Dic 09
1ra Semana	3	7	7	4	2	6	4	1	5	3	7	5
2da Semana	10	14	14	11	9	13	11	8	12	10	14	12
3ra Semana	17	21	21	18	16	20	18	15	19	17	21	19
4ta Semana	24	28	28	25	23	27	25	22	26	24	28	26
5ta Semana	31				30			29		31		

Mercado de los Miércoles: Días que usted espera participar (por favor marque) o, seleccione TODAS LAS SEMANAS.

	Enero 09	Feb09	Marzo 09	Abril 09	Mayo 09	Jun 09	Jul 09	Ago 09	Sept 09	Oct 09	Nov 09	Dic 09
1ra Semana	7	4	4	1	6	5	1	5	2	7	4	2
2da Semana	14	11	11	8	13	12	8	12	9	14	11	9
3ra Semana	21	28	28	15	20	19	15	19	16	21	28	16
4ta Semana	28	25	25	22	27	26	22	26	23	28	25	23
5ta Semana				29			29		30			30

Numero de Espacios Requeridos (10' x 10' cada uno) _____

Permiso de Salud # (requerido para alimentos preparados y de valor agregado): _____

Mas información: (602) 506-6872 Maricopa County Health.

Impuesto de Reventa de Ciudad # (si aplicable): _____

Mas información: 602-262-6785 presione al 4 o visite al <http://phoenix.gov/PLT/licsvcs.html>

Certificado de Seguro de Responsabilidades: ____ si ____ no

Los Productos que usted piensa vender (descripción breve): _____

¿Interesado/a en ser voluntario/a en el Mercado? ____ si ____ no

Porcentaje de productos que usted vende que son cultivados/ producidos en Arizona _____ %

Firma: _____ Fecha: _____

Ejemplos de Reglas y Regulaciones

REGLAS & REGULACIONES — EASTERN MARKET FLEA MARKET

Querido Expositor de Mercado de las Pulgas,
Me complace anunciar la **CONTINUACION DEL EASTERN MARKET FLEA MARKET** en Washington, DC, los Domingos. En el 2009 yo continué mis acuerdos con las Escuelas Publicas de DC para **NUESTRA 26va ESTACION** nuestra 17 en Hine Junior High School. Podemos acomodar **75 EXPOSICIONES CADA SEMANA**.

El mercado de las pulgas esta localizado sobre la calle 7ma entre las Avenidas Pennsylvania y N. Carolina SE, **EN EL CAPITOL HILL**. La estación del tren Eastern Market, esta en las líneas Metro Orange y Blue, entre la 7ma & Pennsylvania. La localización es mejorada por un vecindario urbano fino. Es un **LUGAR DIVERTIDO PARA VENDER**.

Hay Tres Tamaños de Espacios disponibles:

ESPACIOS INDIVIDUALES, son aproximadamente 100 pies cuadrados, típicamente 10' X 10', \$50 USD

ESPACIOS DOBLES, son aproximadamente 200 pies cuadrados, (solo en Hine School) \$100 USD

ESPACIOS SUPER son mínimo 3 espacios individuales con la renta de \$40 USD por cada uno aproximadamente 100 pies cuadrados, hasta un máximo de aproximadamente 500 pies cuadrados.

PREPAGO Y UNA CUOTA DE APLICACIÓN DE \$25 USD DE SOLO UNA VEZ Y NO REEMBOLSABLE ES REQUERIDA. El prepago deberá ser para un domingo únicamente. Será reembolsado o transferido para uso en otro domingo si usted cancela antes del mediodía del Sábado el día antes de la reservación, o si no lo podemos acomodar. Este también puede ser transferido si llueve o nieva en el Eastern Market entre la instalación y el mediodía. En ese caso, lo cargamos hacia los depósitos de la próxima semana de nuestros expositores permanentes. Archivamos los otros depósitos y esperamos que el expositor provee las instrucciones para una fecha alternativa o un reembolso.

UN PREPAGO NO LE GARANTIZARA LA ASIGNACION DE UN ESPACIO, pero le aseguraremos un lugar en nuestra lista de espera para la fecha que usted especifique en la forma de reservación anexada. Nosotros no confirmamos las reservaciones. Aunque nosotros trataríamos de contactarlo al menos 48 horas antes de su reservación, solo si pensamos que no lo podremos acomodar. Los expositores deben **TRAER SUS PROPIAS SILLAS Y MESAS** y también deben estar preparados para protegerse a si mismos y sus mercancías de un mal clima. Los espacios son al aire libre y descubiertos. La mayoría son sin sombra. Las horas anunciadas son de 10 a.m. a 5 p.m.

A las 8:30 a.m., **LOS ASISTENTES DEL ADMINISTRADOR VERNON BURNETT, WILLIAM "RUDY" COATES, Y CHARLES ELLIS GENERALMENTE SALUDAN A LOS EXPOSITORES** a quienes no han sido asignados espacios permanentes afuera de la Séptima calle. SE en la entrada de los peatones en el jardín de los niños detrás del Hine School localizada en la esquina de la Avenida Pennsylvania. Usted puede parquear en el lote inmediatamente adyacente a la escuela mientras espera.

La mayoría de nuestros expositores son asignados con **ESPACIOS PERMANENTES**. Esto significa que ellos no tienen que esperar que les asignemos un espacio cada mañana. A los expositores permanentes se les sugiere ubicarse antes de las 8:30 y deben retirar sus vehículos para las 8:30, sin excepciones. Las puertas de Hine School son abiertas a las 6 a.m. Generalmente, para mantener un espacio permanente, se espera que los expositores prepagen para el próximo domingo, para exhibir tres de cada cuatro domingos en promedio y, mas importante, para comunicarse con nosotros antes cuando ellos no puedan atender. Para solicitar un espacio permanente, una exhibición de un mes mínima es requerida.

En apoyo, yo continuare **PUBLICANDO** en publicaciones seleccionadas y en easternmarket.net, el cual atrajo mas de 3.5 millones de visitantes el año pasado. Adicionalmente, su boletín periódico ahora tiene mas de 4,600 suscriptores. Mientras nosotros continuamos enfatizando antigüedades, artes, coleccionables, manualidades en publicaciones, otras mercancías son elegibles. Actualmente, nuevos vendedores de joyas están siendo colocados en lista de espera. Artículos prohibidos incluyen alimentos, animales, armas, material sexual explicito, servicios personales y plantas. También se prohíbe CDS, DVDs, y otros artículos de contrabando. Los expositores no deberían traer perros y otras mascotas.

Eso es todo. No se requiere licencia de vendedor. Aunque, a los expositores se les requiere recaudar y pagar los impuestos a las ventas apropiados al gobierno de DC. Información disponible al 202-727-4TAX o en persona al 941 N. Capitol Street, Centro de Servicio al Cliente en el primer piso. **FAVOR LLAMAR** a nuestro teléfono DC Metro #703-534-7612 o escriba un mensaje al: marketflea@aol.com para cualquier otra información.

Project for Public Spaces

Project for Public Spaces es una organización sin ánimo de lucro dedicada a ayudar a las personas a crear y a mantener a espacios públicos que construyan comunidades mas fuertes.

El **Programa de Mercados Públicos** del PPS trabaja para fomentar modelos innovadores y nuevos para mercados públicos que sean económicamente sostenibles mientras que maximicen sus beneficios en sus comunidades, y contribuye a la creación de espacios públicos que atraen a una amplia diversidad de gente.

Por 25 años, PPS ha proveído asistencia a proyectos de mercado publico en mas de 200 ciudades y en pueblos en los EEUU e internacionalmente. La meta del **programa de asistencia técnica de mercados públicos** del PPS es transferir habilidades de mercadeo a los patrocinadores de los mercados participando, los administradores, y los oficiales del desarrollo comunitario.

Nosotros también ofrecemos un **curso de entrenamiento llamado “Como Crear Mercados Exitosos”** dos veces al año en la ciudad de Nueva York. Aprenda las mejores practicas en el desarrollo y manejo de mercado del equipo experimentado en mercados del PPS y de sus colegas.

Para mas información sobre estos servicios y para ver nuestro portafolio de los proyectos pasados, por favor visite nuestra pagina:

www.pps.org



