



Municipalidad
de Rosario



ABC

DEL EMPRENDIMIENTO

Cartilla de trabajo - MÓDULO II



INTRODUCCIÓN AL MARKETING Y LA COMERCIALIZACIÓN

Dirección de la Escuela de Emprendimientos
Sociales

Subsecretaría de Economía Social

SECRETARÍA DE DESARROLLO HUMANO Y HÁBITAT



En esta cartilla veremos los siguientes contenidos:

- Las diferencias entre VENTA y COMERCIALIZACIÓN
- Qué ELEMENTOS fundamentales debo conocer y planificar para COMERCIALIZAR mis productos. La estrategia de las "4 P's" (PRODUCTO, PRECIO, "PLAZA", PUBLICIDAD & PROMOCIÓN)
- Una primera mirada al concepto de MARKETING desde la economía social

I. ¿ES LO MISMO COMERCIALIZAR QUE VENDER?

ALGUNAS IDEAS para reflexionar



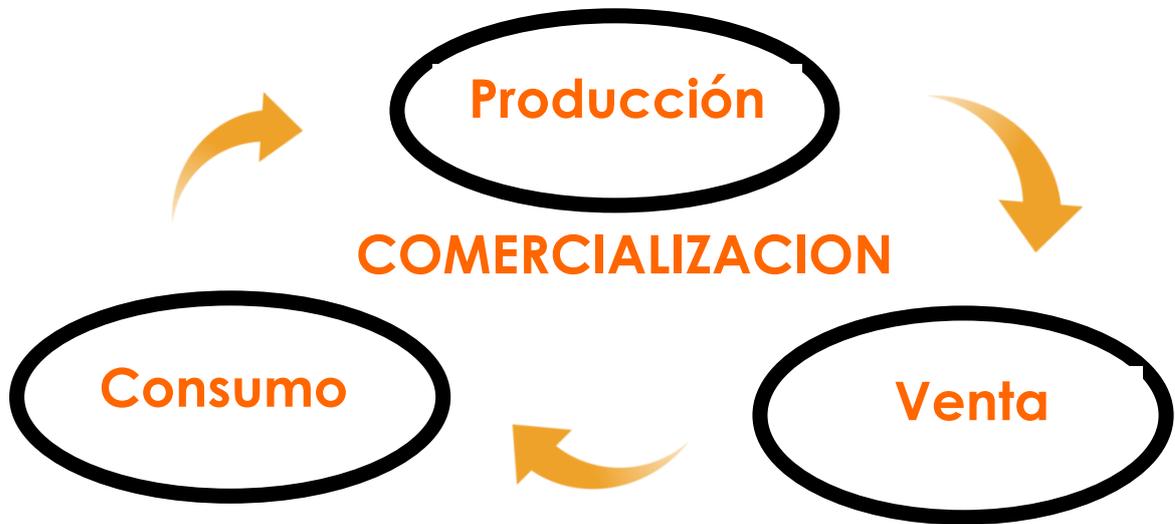
Una de las principales dificultades que expresan las emprendedoras y los emprendedores en el desarrollo de sus experiencias, es la de la encarar la **COMERCIALIZACIÓN DE SUS PRODUCTOS**.

Por ejemplo, escuchamos comentarios como: “estoy convencida que mi producto es bueno, pero en el barrio no lo puedo vender al precio que quiero”; “la gente me felicita, dice que está hermoso, pero le resulta caro”; “en la calle San Luis lo consigo más barato”; “es muy original, que pena que no tengas tarjeta”

Lo primero que hay que tomar en consideración es que la **COMERCIALIZACIÓN** es un **PROCESO**: comienza mucho antes del acto de vender.

Implica pensar **POR ANTICIPADO QUÉ** voy a producir o elaborar, **CÓMO Y DONDE** voy a vender mis productos.

COMERCIALIZAR también es conocer y entender **PARA QUIENES** voy a producir, es decir conocer a las personas que necesitan de mis productos o servicios, quienes son, como son (sexo, edad, etc.), cuáles son sus intereses y necesidades, cuáles son sus hábitos y preferencias de compra, para poder ajustar nuestra oferta. Se trata de buscar un **EQUILIBRIO** entre **lo que los consumidores desean comprar, y lo que yo sé y me gusta hacer**.



II. MARKETING: LAS 4 P´S

Es un **CONJUNTO DE VARIABLES** a tener en cuenta al pensar por anticipado nuestra estrategia de **COMERCIALIZACION**.





1. PRODUCTO O SERVICIO

Es todo aquello que puede ofrecerse en un mercado a cambio de un precio, puede ser un bien material como es un tejido o un mueble, o un servicio (por ejemplo, servicio de albañilería, maquillaje, carpintería, etc.).

El producto o servicio se conecta con el comprador o usuario en la medida en que **satisface sus necesidades, o le aporta algún valor o utilidad**. El producto o servicio comprende un conjunto de **atributos o características singulares** que debo aprender a identificar, y también a comunicar.



2. PRECIO:

Es el factor de las cuatro “P” que produce ingresos, es decir, es la expresión del valor del producto en dinero.

Debo aprender a calcular bien mis costos de producción, a estimar cual es la capacidad adquisitiva de mis clientes, y por último que otros precios observo en el mercado de productos iguales o similares al mío. De este modo, estaré en condiciones de calcular un **precio justo** de mi producto o servicio.



3. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

La publicidad tiene como objetivo que el público elegido **sepa que existe** el producto o servicio, lo **conozca con sus características y atributos**, y así pueda **diferenciarlo de otros y elegirlo** para su compra.

La promoción tiene como propósito **motivar y estimular** la compra.

Tenemos que buscar siempre una **comunicación de “ida y vuelta”** con el comprador, facilitada por el contacto directo que podamos establecer, en los casos en que sea posible (por ejemplo, en la feria)



4. “PLAZA”

Llamamos plaza al **espacio concreto de encuentro** entre nuestro producto o servicio y el comprador que lo desea adquirir. Esta plaza o lugar puede ser físico (feria, comercio o tienda, mercado,...) o virtual (redes sociales, por ejemplo).

Lo ideal es que nuestro producto sea el **adecuado** y esté en el **lugar adecuado** y en el **momento adecuado a las necesidades del cliente**.



ALGUNAS PREGUNTAS ORIENTADORAS A TENER EN CUENTA...

  <p>QUÉ voy a producir/ que produzco?</p> <p>Caracterización precisa del producto o servicio</p>	<p>UTILIDAD ¿Para qué sirve? ¿Cumple alguna función? ¿Satisface alguna necesidad concreta?</p> <p>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS ¿Qué atributos necesita tener para que cumpla la función para la cual está pensado el producto?</p> <p>DURACIÓN / CADUCIDAD ¿Cuánto tiempo de vida útil tiene mi producto?</p> <p>DISEÑO Y ESTETICA ¿Necesita ser "lindo" además de cumplir con su función? ¿Por qué?</p> <p>IMAGEN Y "CALIDAD" ¿Cómo percibe la gente el producto? (elegante, nutritivo, saludable, etc.)?</p> <p>PRESENTACIÓN Y ENVASE ¿Qué materiales, formas, texturas, colores utilizo? ¿Necesita protección, embalaje?</p> <p>GARANTÍA ¿Podemos dar fe de que el producto cumple su función?</p> <p>GAMA O SURTIDO ¿Disponemos de variedad de productos para ofrecer a nuestros clientes (talles, formatos, funciones...)</p>	
--	--	--



  ¿PARA QUIÉNES voy a producir o ya produzco...? Identificando a mis clientes (actuales y potenciales)	<p>¿Quiénes van a comprar?</p> <p>¿Qué edades tienen mis clientes?</p> <p>¿Son mayormente hombres, mujeres?</p> <p>¿Dónde viven? ¿Qué lugares frecuentan?</p> <p>¿Qué necesidades tienen?</p> <p>¿Cuáles son sus hábitos y preferencias de compra?</p> <p>¿De cuánto dinero disponen para gastar?</p> <p>¿Con cuánta frecuencia consumen?</p> <p>¿Quién decide la compra?</p>	
  ¿A QUÉ PRECIO lo voy a vender?	<p>¿Cuánto me cuesta elaborarlo?</p> <p>¿Estaré cubriendo mis costos?</p> <p>¿Cuál será mi margen de beneficio?</p> <p>¿Cuánto están dispuestos a gastar mis compradores?</p> <p>¿Cuánto cobran los comercios cercanos por productos similares? ¿Y otros emprendedores?</p>	



 <p>¿DÓNDE lo voy a vender?</p>	<p>¿Voy a comercializar en lugares permanentes, como ferias, comercios...?</p> <p>¿O prefiero usar Internet y redes sociales?</p>	
 <p>¿QUÉ CANAL usaré para la venta?</p>	<p>VENTA DIRECTA ¿Me relaciono directamente con el/los cliente/s?</p> <p>INTERMEDIARIOS ¿Empleare a otros agentes para la comercialización? (comerciales, distribuidores, comercios minoristas...)</p>	
 <p>¿Qué voy a hacer para DARLO A CONOCER?</p>	<p>¿Cómo daré difusión a mi producto o servicio? ¿A través de qué medios?</p> <p>(Redes sociales, folletos, tarjetas de visita, radio...)</p>	



EJERCICIO propuesto. Analicemos nuestros productos o servicios en función de lo que nuestros clientes buscan

	¿Qué ofrecemos? Análisis de mi producto o servicio desde distintos elementos	¿Qué busca el cliente? Trato de imaginar que desea una persona interesada en mi producto/servicio
¿Cuál es mi PRODUCTO Y/O SERVICIO ? <i>(Elijo un producto/servicio para trabajar)</i>		
¿Qué clase de SOLUCIÓN ofrece? ¿Resuelve algún problema? ¿Brinda alguna utilidad?		
¿Qué CARACTERÍSTICA/S SINGULARIZAN a mi producto/servicio? Mencionar al menos 3		
¿Es un producto/servicio NOVEDOSO, ORIGINAL Y/O ATRACTIVO ?		
¿Cómo es la PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO ? <i>(Diseño: colores, formas. logo y marca. Packaging: envase, etiquetas, envoltorio, etc.)</i>		



	¿Qué busca el cliente? Trato de imaginar que desea una persona interesada en el producto/servicio que hago	¿Qué le podemos ofrecer? Trato de identificar en mi producto que le puedo ofrecer
Con respecto al PRECIO ¿cómo se percibe en relación a la CALIDAD ? ¿Es alto, bajo, está bien...?		
¿De qué MEDIOS DE PAGO dispongo? ¿Ofrezco facilidades de pago? ¿Cuáles?		
¿Se conoce mi producto? ¿Qué tipo de DIFUSION y PUBLICIDAD hago? ¿Hago PROMOCIÓN/ES ?		
¿Se puede ACCEDER FÁCILMENTE al producto/servicio? ¿En QUÉ LUGARES puedo conseguirlo?		
¿Me sigo vinculando con el cliente después de la venta? ¿Ofrezco SERVICIO POST VENTA ?		



MARKETING DESDE LA ECONOMIA SOCIAL....

- El **marketing** desde la economía social aporta a organizar el **intercambio y la comunicación entre vendedores y compradores** dando resolución a ese intercambio de forma satisfactoria, ya que ambos ganan.
- **No crea nuevas necesidades ni promueve la producción ilimitada de bienes y servicios**, sino que promueve **la producción responsable** (uso sostenible de materias primas, energía y recursos), **el comercio justo y el consumo ético y responsable**.
- Desde esta perspectiva **el comprador** no **busca** un producto como tal sino **una SOLUCIÓN a un problema**, que el producto o servicio le puede brindar a través de su **FUNCION**, una **UTILIDAD** concreta.
- El principal aporte del marketing es ofrecer una herramienta que nos ayuda a **REFLEXIONAR** sobre los **PASOS** o **ETAPAS** de mi **PROCESO de COMERCIALIZACIÓN**. Esa **REFLEXIÓN** me va a permitir **PLANIFICAR** elementos **CLAVE** de mi emprendimiento
- Para **ANTICIPARME y REFLEXIONAR** voy a necesitar **recolectar INFORMACIÓN**, y con ella tomar **DECISIONES**.
- Debo **DISEÑAR y ADAPTAR** mi producto/servicio a las **NECESIDADES Y PREFERENCIAS** de mis compradores.
- Para ello es necesario **identificarlas**, así como relevar **las características, intereses y particularidades** de las personas y grupos de personas que las plantean.
- De este modo, podre **diseñar, comunicar y entregar soluciones** a los problemas manifestados, tanto sea para personas, grupos, organizaciones.

RECAPITULANDO LO QUE VIMOS EN ESTE MODULO...

- La **comercialización es un proceso**, que comienza mucho antes de la venta del producto. La **venta es una etapa en ese proceso**, que no termina ahí.
- Para lograr una comercialización efectiva, es importante identificar, conocer y reflexionar en profundidad sobre el **producto, precio, plaza y promoción/publicidad**, que integran la estrategia de marketing de mi emprendimiento
- El **marketing** desde la perspectiva de la economía social implica darse cuenta de que **nuestro producto o servicio da satisfacción real y concreta a una necesidad** o necesidades concretas de un grupo o grupos de consumidores en nuestra comunidad

