



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



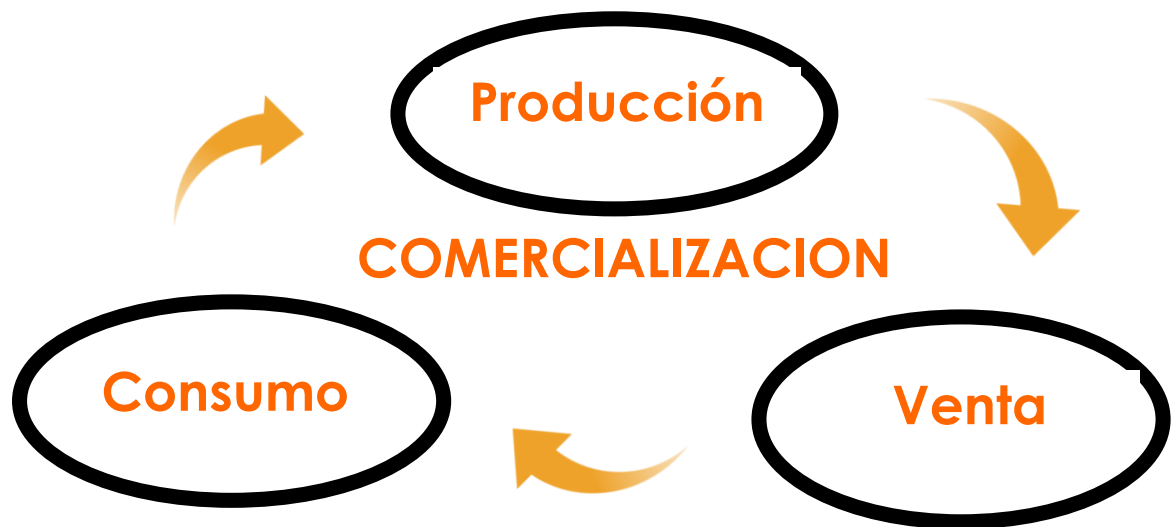
Una de las principales dificultades que expresan las emprendedoras y los emprendedores en el desarrollo de sus experiencias, es la de la encarar la **COMERCIALIZACIÓN DE SUS PRODUCTOS**.

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



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






 <p>¿<b>DÓNDE</b> 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>?</p> <p>¿<b>QUÉ CANAL</b> usaré para la venta?</p>	<p><b>VENTA DIRECTA</b> ¿Me relaciono directamente con el/los cliente/s?</p> <p><b>INTERMEDIARIOS</b>  ¿Empleare a otros agentes para la comercialización? (comerciales, distribuidores, comercios minoristas...)</p>	
 <p>¿Qué voy a hacer para <b>DARLO A CONOCER?</b></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

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



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



## MARKETING DESDE LA ECONOMÍA 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 FUNCIÓN, 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

