

# MARKETING Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



ESQUEL

1 Marketing = Mercadeo



# EL MERCADO Y EL MARKETING



2 Marketing = Mercadeo

- **EL MERCADO**
- 5 C'S
- 4 P'S
- INVESTIGACIÓN DE MERCADO
- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

# ¿QUÉ ES EL MERCADO?



3 Marketing = Mercadeo

- El **mercado** es el lugar donde intervienen quienes compran y venden para intercambiar productos o servicios.



# ¿QUÉ ES EL MARKETING O MERCADEO?



4 Marketing = Mercadeo

- El **marketing** identifica las necesidades, gustos y deseos de las y los clientes, y permite a la persona emprendedora analizar qué productos y qué servicios debe producir para satisfacer esas necesidades y gustos de consumidores y/o clientes.





- El éxito de la persona emprendedora es mejorar la manera de hacer las cosas, idearse formas de marcar la diferencia con la competencia.

# ELEMENTOS DEL MARKETING



- EL MERCADO
- 5 C'S
- 4 P'S
- INVESTIGACIÓN DE MERCADO
- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



# ¿QUÉ DEBEMOS ANALIZAR?

7 Marketing = Mercadeo

## ANÁLISIS COMERCIAL

### CONTEXTO

¿Qué cosas son posibles?

### CLIENTES

¿Qué quieren los clientes?

### COMPAÑÍA

¿Qué podemos hacer rentablemente?

### COMPETIDORES

¿Qué podemos hacer mejor que otros?

### COLABORADORES

¿Quién quiere ayudarnos?

CONTEXTO

¿QUÉ COSAS SON POSIBLES?



¿QUÉ DEBEMOS ANALIZAR?

- ¿Cuál es el tamaño del mercado?
- ¿Existe crisis o auge de la economía del país y de la región donde quiero poner la empresa?
- ¿Cuál es la tendencia de crecimiento?
- ¿Existe algún evento o desastre natural que cambie las condiciones económicas de la región?
- ¿Hay espacio para crecer en el mercado?
- ¿La industria está creciendo, está saturada o decreciendo?
- ¿Cuál es el costo de transporte y distancias en la región?





CLIENTES

## ¿QUÉ QUIEREN LOS CLIENTES?



9 Marketing = Mercadeo



- ¿Quién es mi cliente?
- ¿Cuál es la edad, nivel de estudios y nivel socio económico del cliente?
- ¿Cuáles son las preferencias y gustos del cliente?
- ¿Cuál es el principal problema o necesidad del cliente?
- ¿Cuáles de sus necesidades pueden ser cubiertas por los productos o servicios de esta empresa?
- ¿Cuáles son sus costumbres?
- ¿Cuál es el medio donde viven?
- ¿Cuál es la tendencia del mercado en modas, gustos, etc.?
- ¿Qué es lo que las y los clientes esperan de este tipo de producto o servicio?
- ¿Prefieren los clientes calidad o precios bajos?

COMPAÑÍA



¿QUÉ PODEMOS HACER PARA QUE SEA RENTABLE?



10 Marketing = Mercadeo



- Localización
- Actividad
- Figura legal
- Posición que se desea alcanzar





COMPETIDORES

# ¿QUÉ PODEMOS HACER MEJOR QUE OTRAS EMPRESAS?



- ¿La competencia es exitosa en este mercado?
- ¿La competencia provee un producto o servicio similar?
- ¿Cuál es la participación de mercado de mis tres más grandes competidores en el mercado?
- ¿Cuál es el precio de los productos de la competencia?
- ¿Cuáles son las estrategias de promoción?
- ¿Cuáles son sus canales de distribución y puestos de venta?



◆ COMPETIDORES

## ¿CÓMO PUEDO ALCANZAR EL ÉXITO EN ESTE MERCADO?

- ¿Cómo está mi competencia alcanzando el éxito en este mercado?
- ¿Es la manera más efectiva?
- ¿Cuáles son los modos alternos para alcanzar el éxito en este mercado?





● COMPETIDORES

## ¿QUÉ PODEMOS HACER MEJOR QUE OTRAS EMPRESAS?



- ¿En qué se diferencia mi producto o servicio del de la competencia?

- En precios
- En calidad
- En durabilidad
- En cantidad



COLABORADORES  
Y  
COLABORADORAS

¿QUIÉN QUIERE  
COLABORAR?



- ¿Quién está en mi equipo?
- ¿Cómo organizo los puestos y las funciones en mi empresa?



## 4 P'S



- EL MERCADO
- 5 C'S
- 4 P'S
- INVESTIGACIÓN DE MERCADO
- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



A yellow arrow pointing to the right with the word "PRODUCTO" written inside in green, bold, uppercase letters.

## PRODUCTO

¿QUÉ VENDÓ?

¿ES PRODUCTO O SERVICIO?



- Son todos los objetos materiales o bienes, servicios, entre otros, que se ofrecen en un mercado para uso o consumo y que satisfacen la necesidad o deseo del cliente.



● PRODUCTO  
¿QUÉ VENDÓ? ¿ES PRODUCTO O SERVICIO?

## PRODUCTO



- Al producir el producto se podrá definir qué materiales, maquinaria, personal e insumos se necesitan.

## ● PRODUCTO

¿QUÉ VENDO? ¿ES PRODUCTO O SERVICIO?

¿CUÁL ES MI VENTAJA  
COMPETITIVA CON MI  
PRODUCTO EN ESTE MERCADO?



19 Marketing = Mercadeo



- ¿Cuál es el valor agregado de mi producto o servicio?
- ¿Por qué mi producto o servicio es mejor que los demás?
- ¿Cuál es la razón por la que las y los clientes compran mi producto y no el de la competencia?



● PRODUCTO  
¿QUÉ VENDÓ? ¿ES PRODUCTO O SERVICIO?



## ¿DETALLE DEL PRODUCTO?

- Producción del producto
- Presentación del producto
- Desarrollo del nombre y de la marca
- Características del empaque
- Características de la etiqueta
- Características del envase

● PRODUCTO  
¿QUÉ VENDO? ¿ES PRODUCTO O SERVICIO?

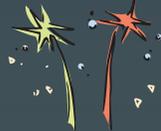


21 Marketing = Mercadeo

## CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



**1.** Investigación y desarrollo



**2.** Lanzamiento



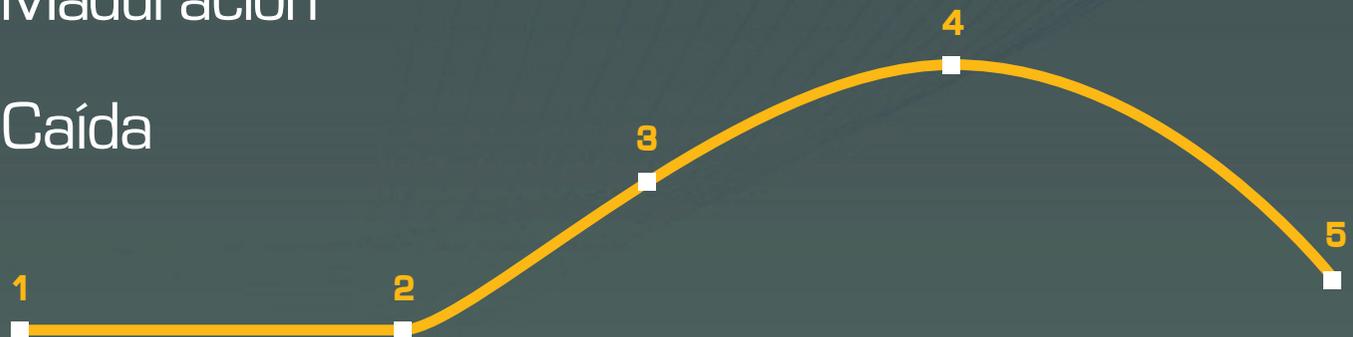
**3.** Crecimiento



**4.** Maduración



**5.** Caída



PROMOCIÓN

¿CÓMO DOY A CONOCER  
MI PRODUCTO?



22 Marketing = Mercadeo

- La promoción es ofrecer, informar y orientar al cliente para comprar el producto o servicio que vende la empresa; es el mensaje de venta.





● PRODUCTO  
¿CÓMO DOY A CONOCER MI PRODUCTO?

## PROMOCIÓN

- Promoción de ventas
- Fuerza de venta, equipo de vendedoras y vendedores
- Relaciones públicas
- Visitas personalizadas a cada cliente
- Reuniones
- Comunicación interactiva
- Marketing directo por correo
- Correo electrónico
- Catálogos virtuales
- Webs
- Ventas por televisión
- Ferias comerciales





● PRODUCTO  
¿CÓMO DOY A CONOCER MI PRODUCTO?

## PROMOCIÓN

- Publicidad
- Radio
- Tv
- Prensa escrita como periódicos y revistas
- Volantes



**PUESTO  
DE VENTA**

¿DÓNDE VAN A ENCONTRAR MIS  
CLIENTES EL PRODUCTO  
QUE VENDÓ?



25 Marketing = Mercadeo



- Defina cómo se va a entregar el producto o servicio al cliente:
  - Directamente
  - Por medio de distribuidores
  - Vender en bodega
  - Vender a domicilio
  - Vender desde un local comercial (definir el lugar)

◆ PUESTO DE VENTA  
¿DÓNDE VAN A ENCONTRAR MIS CLIENTES  
EL PRODUCTO QUE VENDO?

## PUESTO DE VENTA



- Los productos deben llegar:
  - Al lugar adecuado
  - En el momento adecuado
  - En las condiciones adecuadas



PRECIO

## ¿CUÁNTO PAGARÁN MIS CLIENTES POR EL PRODUCTO O SERVICIO?



27 Marketing = Mercadeo

- Es la cantidad de dinero de intercambio en la compra y venta de bienes, productos o servicios.





● P R E C I O  
¿CUÁNTO PAGARÁN MIS CLIENTES  
POR EL PRODUCTO O SERVICIO?



## PRECIO

- Existen varias formas de fijación de precios:
  - Por el costo: suma las 3 P'S + su porcentaje de utilidad.
  - Por el mercado: compara precios con la competencia y fija el suyo.



● P R E C I O

## IMPORTANCIA DEL PRECIO



29 Marketing = Mercadeo



- Es un poderoso instrumento competitivo en un mercado en el que existen pocas regulaciones.
- Es el único instrumento que proporciona una entrada de dinero ya que los restantes instrumentos de Marketing son una salida de dinero para la empresa.
- Tiene importante influencia psicológica sobre el consumidor o usuario.
- Es la única información disponible en muchas decisiones de compra.

# INVESTIGACIÓN DE MERCADO



- EL MERCADO
- 5 C'S
- 4 P'S
- **INVESTIGACIÓN DE MERCADO**
- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

# ¿QUÉ ES UN ANÁLISIS DE MERCADO?



- Es un estudio de:
  - Un problema en particular o una oportunidad de mercado.
  - Las necesidades de un mercado objetivo que requiere de solucionar un problema o una oportunidad.
  - Ideas para el mercadeo de un producto en particular o un servicio que satisfaga las necesidades de un mercado objetivo.



## ¿CUÁNDO DEBO REALIZAR UN ANÁLISIS DE MERCADO?

- Cuando se está iniciando un negocio.
- Cuando se está entrando a un mercado nuevo.
- Cuando usted considere agregar un producto nuevo o servicio.

## ¿POR QUÉ DEBO REALIZAR UN ANÁLISIS DE MERCADO?

- Para disminuir los riesgos del negocio.
- Para entender los problemas y las oportunidades.
- Para identificar las oportunidades de ventas.
- Para planificar su mensaje de venta.





## MARKETING SOCIAL

- Promueve el cambio social y motiva a las demás personas a hacer algo por atender problemas sociales.
- El cambio social no implica donar dinero para tapar un problema sino apoyar acciones justas y necesarias, según las condiciones de la comunidad.



ESQUEL

# RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



- EL MERCADO
- 5 C'S
- 4 P'S
- INVESTIGACIÓN DE MERCADO
- **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**



# RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL - RSE



36 Marketing = Mercadeo



## RSE: BENEFICIOS PARA MI EMPRESA



- Aumento de rendimiento, entusiasmo y lealtad.
- Mayor ganancia económica.
- Disminución de accidentes de trabajo.
- Mejor salud y menos faltas por enfermedad.
- Disminución de rotación de personal.
- Aumento de competitividad a través de la eficiencia de los gastos en marketing porque se usan en lo planificado para ayuda efectiva a la comunidad.

## RSE FORTALECE RELACIONES CON:



- La comunidad: respeto, aprecio y respaldo a la empresa.
- El gobierno: solidaridad, responsabilidad, mejor cumplimiento de normas.
- Los medios de comunicación: difusión de actividades RSE, mejora de imagen.
- Los clientes: aprecio a las actividades por la colectividad.

# ¿CÓMO PUEDO PRACTICAR LA RSE EN MI EMPRESA?



- Proponga formas conjuntas para evaluar la gestión empresarial.
- Garantice publicidad honesta.
- Mantenga buena relación con los proveedores y la competencia.
- Mantenga relación justa, respetuosa y social con su personal.
- Ofrezca otros beneficios laborales además de los que señala la ley.
- Priorice pago de sueldos y salarios.



# ¿CÓMO PUEDO PRACTICAR LA RSE EN MI EMPRESA?



- Promueva y proponga acciones para mejorar la comunidad.
- Promueva la conservación ambiental.
- Reparta bien las utilidades.
- Establezca políticas de equidad y no discriminación.
- Revise continuamente los procedimientos de su empresa con todos sus actores.
- Determine el impacto ambiental de su empresa y publíquelo.



# ¿CÓMO PUEDO PRACTICAR LA RSE EN MI EMPRESA?



Recuerde:

- Su liderazgo en la Administración de la empresa aplicando principios de Responsabilidad Social Empresarial marca el camino para otras personas que hacen emprendimiento empresarial en su comunidad y en el país.
- El liderazgo positivo que usted ejerce le dará otras recompensas además de las económicas.

