



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

**FUNDAMENTOS**

El marketing es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados meta a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en práctica; razón por la cual, nadie duda de que el marketing es indispensable para lograr el éxito en los mercados actuales.

Se define también como el conjunto de técnicas que a través de estudios de mercado intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto: mediante el marketing podrán saber a qué tipo de público le interesa su producto. Su función primordial es la satisfacción del cliente (potencial o actual) mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas. El marketing mix son las herramientas que utiliza la empresa para implantar las estrategias de marketing y alcanzar los objetivos establecidos. Estas herramientas son conocidas también como las cuatro p del profesor Eugene Jerome McCarthy.

**Producto:** cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad.

La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

1. La cartera de productos.
2. La diferenciación de productos.
3. La marca.
4. La presentación.

**Precio:** Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

- Es el elemento del mix que se fija más a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia, coste.
- Se distingue del resto de los elementos del marketing mix porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás elementos generan costes.



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Los costos de producción, distribución.
- El margen que desea obtener.
- Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
- Las estrategias de marketing adoptadas.
- Los objetivos establecidos.

**Plaza o distribución:** Elemento del mix que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. cuatro elementos configuran la política de distribución:

1. Canales de distribución. los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
2. Planificación de la distribución. La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
3. Distribución física. Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
4. Merchandising. técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

**Promoción:**

La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. los objetivos principales de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre la marca - producto.



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

La comunicación no es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son los siguientes:

- La publicidad.
- Las relaciones públicas.
- La venta personal.
- La promoción de ventas.
- El marketing directo.

Dada la importancia del marketing en el ámbito empresarial y productivo la Agencia de Desarrollo 100 de Allen, Crear y Export Ar Río Negro, desarrollará el segundo módulo de Comercio Exterior denominado "Plan de Marketing Internacional", que se llevará a cabo el miércoles 25 de agosto a las 09:00 hs. en Salón del Parador de Camioneros sito en ruta 22 y acceso Martín Fierro.

Destinado a:

- ✓ Empresarios medianos y pequeños que deseen interiorizarse del proceso exportador.
- ✓ Personal de empresas exportadoras que deseen operar más eficientemente.
- ✓ Estudiantes avanzados de comercio exterior y público en general.

Por ello:

**Autor:** Juan Elbi Cides



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

**LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO  
D E C L A R A**

**Artículo 1°-** De interés social, económico y productivo el segundo módulo de comercio exterior denominado "Plan de Marketing Internacional", que se llevó a cabo el miércoles 25 de agosto a las 09:00 hs en el Salón del Parador de Camioneros sito en ruta 22 y acceso Martín Fierro, organizado por la Agencia de Desarrollo 100 de Allen, Crear y Export Ar Río Negro.

**Artículo 2°.-** De forma.