



Facultad de Química
Asignatura: Economía y Organización Industrial
Profesora: María Isabel Alonso de Magdaleno

TEMA 5. FUNCIÓN COMERCIAL

5.1. Marketing Industrial

5.2. El Marketing-Mix en los Mercados Industriales



MARKETING INDUSTRIAL ...

Marketing dirigido a otras empresas, organizaciones e instituciones que adquieren bienes y servicios para utilizarlos, transformarlos, consumirlos o incorporarlos en la fabricación de otros bienes o en prestar servicios

TIPOS DE PRODUCTOS	TIPOS DE MERCADOS
BIENES DE CONSUMO	MERCADO DE CONSUMO
BIENES INDUSTRIALES	MERCADO INDUSTRIAL
SERVICIOS	



MERCADO DE CONSUMO ...

Dirigido al consumidor final

MERCADO INDUSTRIAL ...

Dirigido a otras empresas instituciones



Tema 5. Función Comercial

5.1. Marketing Industrial

PRODUCTOS INDUSTRIALES:

- **Materiales Primas**
- **Bienes de capital**
- **Suministros y servicios**

MERCADOS INDUSTRIALES:

- **Industrias**
- **Empresas de servicios**
- **Empresas agrícolas, ganaderas y pesqueras**
- **Administraciones públicas**



MERCADO INDUSTRIAL Vs MERCADO DE CONSUMO

- Menor número de compradores
- Compradores de mayor tamaño
- Relación más próxima proveedor-cliente
- Demanda dependiente de la demanda de productos de consumo
- Demanda inelástica
- Grandes cambios en la demanda industrial ante pequeños cambios en la demanda de consumo (demanda fluctuante)
- Compra profesional
- Leasing
- Compra directa sin intermediarios



Tema 5. Función Comercial

5.2. El Marketing-Mix en los Mercados Industriales

VARIABLES DEL MARKETING-MIX

4 P's de marketing:

- **PRODUCTO** (*product*)
- **PRECIO** (*price*)
- **DISTRIBUCIÓN** (*place*)
- **COMUNICACIÓN** (*promotion*)



Tema 5. Función Comercial

5.2. El Marketing-Mix en los Mercados Industriales

PRODUCTO

Es el conjunto de aspectos tangibles e intangibles (servicio postventa) que ofrece la empresa y satisface una necesidad del consumidor



Tema 5. Función Comercial

5.2. El Marketing-Mix en los Mercados Industriales

PRECIO

Valor que el consumidor entrega a cambio de la utilidad que recibe del producto que adquiere

- Fuente de ingresos para el vendedor
- Influenciado por:
 - **Factores internos:** la estrategia de marketing, el ciclo de vida del producto, o los costes.
 - **Factores externos:** el mercado y la competencia, el marco legal, o los distribuidores.



Tema 5. Función Comercial

5.2. El Marketing-Mix en los Mercados Industriales

COMUNICACIÓN

- Ofrecer un producto a través del canal correcto y a un precio atractivo
- Incrementar ventas dando a conocer en el mercado el producto
- Potenciar la imagen de la empresa
- Posicionar a la empresa frente a la competencia
- Estimular la demanda



Tema 5. Función Comercial

5.2. El Marketing-Mix en los Mercados Industriales

DISTRIBUCIÓN

Permite al cliente disponer del producto en la cantidad necesaria y en el momento y lugar adecuado



Tema 5. Función Comercial

5.2. El Marketing-Mix en los Mercados Industriales

- El ***producto industrial*** como fuente de ventaja competitiva
- Estrategia de marca para productos industriales
- ***Distribución*** de productos industriales
 - ⊙ Distribuidores
 - ⊙ Venta directa
 - ⊙ Agentes o representantes
- Fijación de ***precios*** industriales
- ***Comunicación*** en los mercados industriales:
 - ⊙ Marketig Directo
 - ⊙ Promoción de ventas
 - ⊙ Publicidad Industrial
 - ⊙ Ferias y exposiciones
 - ⊙ ...