

Marketing y validación

Tener una buena idea no sirve de nada si nadie la conoce, nadie la quiere comprar o nadie repite. El marketing operativo y la validación con clientes reales son los que convierten una idea de proyecto en un negocio que respira.

Objetivos de la unidad

- Diseñar el marketing operativo (4P) de un proyecto emprendedor concreto.
- Formular y testar la propuesta de valor con clientes reales.
- Construir un prototipo barato para validar antes de invertir.
- Aplicar protocolos básicos de atención al cliente y gestión de quejas.
- Planificar las primeras ventas y medir su resultado con indicadores sencillos.

Conceptos clave

- **marketing operativo**
- **4P**
- **propuesta de valor**
- **prototipo**
- **validación**
- **atención al cliente**
- **primeras ventas**

Marketing operativo: las 4P aplicadas a tu proyecto

El **marketing** no es solo publicidad. Publicidad es solo una parte. El marketing operativo es el conjunto de decisiones concretas que la empresa controla para que el producto llegue al cliente correcto, al precio correcto y por el canal correcto.

La propuesta de valor: por qué te van a comprar a ti

Antes de afinar las 4P necesitas tener clarísima tu **propuesta de valor**: la respuesta a la pregunta que se hace todo cliente, *¿por qué debería comprarte a ti y no al de al lado, o no comprar nada?*

El prototipo: construir barato para aprender rápido

Aquí está la idea que distingue al emprendedor moderno: **no esperes a tener el producto perfecto para enseñarlo**. Un **prototipo** es la primera versión funcional —aunque sea tosca— de tu producto o servicio.

Atención al cliente y primeras ventas

Una vez que el cliente compra, empieza la parte que muchos olvidan: **mantenerlo**. Conseguir un cliente nuevo cuesta varias veces más que conservar uno existente, así que la atención al cliente no es un lujo, es economía pura.

Conexión con tu proyecto emprendedor

Cierras esta unidad con tres entregables que se incorporarán al plan de empresa de la Unidad 9: una **propuesta de valor escrita en una frase** para tu segmento prioritario; una **tabla de las 4P** con las decisiones concretas de tu proyecto; y un **informe corto de validación** que recoja el prototipo usado, lo que ap...

Glosario

- **Marketing operativo.** Conjunto de decisiones concretas que la empresa controla para hacer llegar el producto al cliente: producto, precio, plaza y promoción.
- **4P.** Las cuatro variables del marketing mix de McCarthy: Producto, Precio, Plaza (distribución) y Promoción (comunicación).
- **Propuesta de valor.** Promesa concreta de qué problema resuelves y cómo mejoras la vida del cliente comparado con las alternativas.
- **Value Proposition Canvas.** Herramienta de Osterwalder que enfrenta el perfil del cliente con la propuesta de valor para comprobar el encaje.
- **Prototipo.** Primera versión funcional —aunque tosca— del producto o servicio. Sirve ⁹ para aprender, no para vender.

Para profundizar

- Kotler, P. y Armstrong, G. (2018). *Principios de marketing* (17.ª ed.). Pearson Educación. El manual de referencia; el capítulo de marketing mix es la base canónica de las 4P en lenguaje accesible.
- Ries, E. (2011). *El método Lean Startup*. Deusto. La obra clave sobre MVP y validación iterativa, con ejemplos de productos que se probaron antes de existir.
- Fitzpatrick, R. (2013). *The Mom Test*. Lectura corta y muy práctica sobre cómo entrevistar a clientes sin engañarte con halagos falsos.
- ICEX / Cámaras de Comercio (anual). *Guías de creación de empresas*. Recursos públicos españoles con plantillas de plan de marketing para pymes y emprendedores.
- ¹⁰ Simon Sinek (TED, 2009). *Start with Why* (18 min). Charla muy difundida sobre cómo construir mensajes que conectan con el porqué del cliente, no solo con el qué del producto.

Preguntas para reflexionar

(añadir aquí el contenido de la diapositiva)

· profedeeconomia.es