



**Nombre de la alumna:**

**ARIADNA ALBORES ESCALANTE**

**Nombre del profesor:**

**ANA LAURA TORRES CULEBOR**

**Nombre del trabajo:**

**ENSAYO**

**Materia:**

**TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**Grado:**

**9°LAEN**

Comitán de Domínguez Chiapas a 15 de junio del 2020.

## **INTRODUCCION**

En el siguiente ensayo hablaremos un poco sobre principios de marketing que tiene un emprendedor al momento de generar su negocio entre ellos podemos ver el objetivo que tendrá el producto la investigación de mercado que debemos realizar y la segmentación de mercado a la que vamos dirigidos, el estudio de mercado que es muy importante para poder analizar lo que el mercado desea o necesita satisfacer y por último las 4 P'S en el cual conoceremos puntos importantes que debemos determinar para nuestro producto.

## **OBJETIVOS DEL MARKETING**

Entendemos que el área de marketing es una de las áreas mas importantes dentro de una empresa, en esta área al hablar de definir objetivos nos referimos a lo que deseamos lograr en el mercado que vamos a entrar con nuestro bien o servicio que ofreceremos, debemos plantearnos objetivos a largo plazo, mediano plazo y corto plazo, para que a través de ellos vayamos trabajando a ayudarnos para posicionarnos dentro del mercado.

## **INVESTIGACION DE MERCADO**

La investigación de mercado es un proceso que nos ayudara a conocer el o mercado en el cual vamos a ofertar nuestro bien o servicio, de la misma forma que nos ayudara a conocer las necesidades de los consumidores y que necesitan satisfacer, para poder llegar a ello debemos de limitar a que segmentación del mercado queremos llegar y para ello existen diferentes tipos de segmentos de mercado, entre ellos:

- Geográficos: personas que viven en una misma área, compartiendo necesidades y deseos.
- Demográficos: ayuda a localizar el mercado meta, a través de la edad, sexo, estado civil, ingreso, ocupación y educación.
- Psicológicos: cualidades cognitivas del consumidor.
- Psicográficos: es el análisis de estilo de vida de cierta población de consumidores.

- De uso: se estudia la frecuencia con la que se consume el bien/servicio.
- Uso- Situación: se analizan los factores situacionales que influyen en la compra del bien/ servicio.
- Beneficios deseados: se vuelve mas valorativo si trae algún beneficio al momento de consumirlo.
- Formas híbridas: los cambios que va generando la sociedad, innovación y crecimiento.

## **ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio del mercado es mediante el cual analizamos y recopilamos la información necesaria o que deseamos saber acerca de nuestro mercado meta.

Dentro del objetivo del estudio de mercado, primero debemos de delimitar bien que servicio o bien vamos a sacar al mercado y mediante la decisión encuestar al publico para ver que piensa respecto a ciertas características que deseamos conocer para que después de eso poder determinar precio, presentación y distribución que tendrá nuestro bien o servicio.

Para poder llevar acabo el estudio de mercado se deberá realizar una encuesta adecuada en el cual las preguntas deberán estar planeadas con bastante claridad para que sean fáciles de contestar y podamos llegar a donde queremos.

Debemos de aplicar las encuestas a nuestro mercado meta, es decir a nuestra segmentación de clientes a los que queremos llegar para que nuestra encuesta tenga mayor eficiencia y nos sea de mejor utilidad.

## **LAS 4P'S**

Es importante determinar los canales de distribución con los que nuestra empresa contara Cheque través de ellos vamos a distribuir nuestro bien o servicio para poder determinar nuestros canales de distribución debemos de tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Costo de distribución del producto.

- capacidad de la empresa para distribuir el producto control que se pueda tener sobre políticas de precio, promoción al consumidor final y calidad del producto con base en los deseos del cliente.
- conveniencia para el consumidor el punto final de venta

Las 4 P'S se refiere a los siguientes puntos que se deben de considerar en la distribución de canales :

- **Producto:** El elemento sobre el que gira todo, abarca todo aquello que se coloca en un mercado para su adquisición y que de alguna forma puede llegar a satisfacer una necesidad o un deseo del consumidor
- **Precio:** esta es la difícil labor de fijar el más adecuado, se trata de la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para tener acceso al producto o servicio, para fijar un precio óptimo para nuestro producto es necesario: realizar estudios sobre cuánto están dispuestos a pagar los consumidores, hacer una comparación con los precios de la competencia.
- **Promoción:** las múltiples formas de dar a conocer nuestro producto, se incluyen todos aquellos medios canales y técnicas que van a dar a conocer nuestro producto.
- **Plaza:** Cómo vamos a distribuir nuestro producto, Es el proceso mediante el cual el bien o servicio llega hasta nuestro cliente qué puede ser mayorista o final es una cuestión fundamental que va a influir notablemente en nuestro margen de ganancia y en la satisfacción del consumidor.  
en la distribución existen múltiples variables que es preciso analizar exhaustivamente: almacenamiento, transporte, tiempos de la operación.

## **CONCLUSION**

Como conclusión después de abordar estos puntos podemos notar que es muy importante realizar un estudio de mercado para conocer las necesidades o deseos que tengan los consumidores y cómo podemos satisfacerlos, al igual que la investigación de mercados nos ayudará a segmentar los consumidores a los que vamos dirigidos, Cómo estamos que todo fino servicio que ofertamos a la sociedad debe de contar con objetivos a corto plazo, mediano plazo y largo plazo para que nuestro producto se vaya desarrollando y cumpliendo metas por último abordamos

el tema de las 4 P'S en el cual notamos como van de la mano desarrollados el producto, precio, plaza y promoción.