



Taller del emprendedor

Lic. Ana Laura Culebro

Ensayo

Andres Martínez Lopez

**9° Lic. Administración y
estrategias de negocios**

Objetivos del marketing

Son las metas u objetivos que se quieren lograr dentro de la empresa en cuanto a ventas, distribución, posicionamiento, etc.

Se debe de tener en cuenta el segmento de mercado al cual se quiere incursionar la empresa.

Investigación del mercado

Es la recopilación y análisis de datos recabados para que las empresas puedan tomar las mejores decisiones.

Después de recopilar todos los datos necesarios, se identifican el número de clientes potenciales de acuerdo a los datos recabados de las personas

Estudio de mercado

Un estudio de mercado es la recopilación de datos relacionados al producto, los clientes, posicionamiento, la competencia, etc.

La finalidad de todo estudio de mercado es analizar la oferta y demanda existente en un determinado sector de actividad.

Las 4 P's

Son los cuatro elementos del marketing: Producto, plaza, precio y promoción.

Producto: Es algo intangible que la empresa pone al mercado de acuerdo a las necesidades del consumidor

Precio: Es la cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar por el producto o servicio

Plaza: Es el proceso mediante el cual el producto o servicio llega hasta nuestro cliente

Promoción: Es cuando se incluyen todos aquellos medios, canales y técnicas que van a dar a conocer nuestro producto y que resultan atractivos para el consumidor