

**Nombre De Alumnos: Guillén Argüello
Jessica Alejandra**

**Nombre Del Profesor: Culebro Torres Ana
Laura**

Nombre Del Trabajo: Ensayo

Materia: Taller Del Emprendedor

Grado: 9 Cuatrimestre

PASIÓN POR EDUCAR

Grupo: A

Comitán De Domínguez Chiapas A 19 De JUNIO Del 2020

ENSAYO

En la actualidad existen muchas empresas o servicios aun que hay algunas que no funcionan debido a que no realizan estudios de mercado que pueda garantizar que el producto o servicio a ofrecer será factible para el lanzamiento al mercado por eso es importante su realización, para saber si los clientes les agradara la idea de un nuevo producto o servicio por eso se realizan encuestas y se hace una evaluación y análisis de resultados.

Así como también al momento de que el estudio de mercado ya esta terminado es de gran importancia el planear el nombre del producto, marca, etiquetado, el tipo de publicidad entre otras cosas.

3.2 Objetivos del Marketing

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado. Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar (nivel local: colonia, sector, etc.; nivel nacional: de exportación regional, mundial, u otros), así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos.

Para lograr los objetivos que el marketing representa en una empresa se debe tomar en cuenta el producto que se va lanzar al mercado, las ventas, distribución y la posición que este tendría en el mercado. Así como de que magnitud seria la empresa, ya sea local o nacional. Así como también de qué manera se irá incrementando ya sea corto mediano o largo plazo.

3.3 Investigación del mercado

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario

conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Las decisiones que se hayan tomado en el marketing son las que se tomaran en cuenta en otras áreas de la empresa para satisfacer al cliente, para eso hay que tener en cuenta cuales son las necesidades que este va tener y saber cómo satisfacerlas, para eso se realiza la investigación de mercado para conocer las necesidades de los posibles clientes.

3.4 Estudio del mercado

El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

Como ya se menciono el estudio de mercado se utiliza para recopilar información y analizarla para saber cuales son los productos que podrían satisfacer a los clientes.

Para poder realizar este estudio puede ser mediante la aplicación de encuestas el cual se irá aplicando a varias personas, pero de manera individual para conocer el punto de vista de la mayoría y así poder obtener los resultados esperados y poder cumplir con los objetivos.

Al tener los resultados hay que tabularla y ver el total de población de clientes potenciales que optaron por las opciones que da la empresa y verificar que el servicio o producto a brindar sea factible en el mercado. Y cuando ya se llegaron a acuerdos interpretar los datos obtenidos y proyectarlos.

3.5 Las 4 P's

Distribución y puntos de venta Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado. Para ello se deben escoger rutas mediante las cuales, de la manera más eficiente posible, se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor.

Una vez verificado que el producto puede ser factible hay que planear estrategias de distribución, para mantener el producto de buena calidad y así satisfacer a los clientes.

En esta parte ya se debe pensar mas en el producto o servicio, es decir, como es que se dará a conocer la marca, cual será lo que lo distinga de los demás productos o servicios, el etiquetado, que sea original y llame la atención de los clientes, que al verlo puedan relacionarlo con algo de la vida cotidiana. Que el empaque sea el adecuado y llame la atención de los clientes, la fijación de los precios, que sean precios accesibles a la mayoría de la población y cumplir con todas las normas y políticas de etiquetado según al grupo de personas al que vaya destinado y que tipo de empresa sea. Y pensar también en el tipo de publicidad que se le dará ya sea en televisión, radio, periódicos e incluso en rótulos que puedan ver las personas en alguna parte de la ciudad.

Es de gran importancia tener en cuenta todos los puntos antes mencionados para poder llevar al mercado algún servicio o producto ya que dependiendo de los estudios de mercado sabremos si el producto o servicio a lanzar será factible o no en el mercado y así reducimos costos, y se plantean estrategias de mercado para una buena introducción al mercado ya sea local o nacional. Así como también el etiquetado, la marca, y sobre todo la publicidad son de los principales factores para que un producto funcione en el mercado acá se puede utilizar la psicología del color y jugar con diferentes factores que puedan atraer a los clientes a consumir o adquirir los productos o servicios que se les va a ofrecer a corto, mediano o largo plazo.