



Nombre de alumnos: Sandra Suarez Carreri

Nombre del profesor: Ana Laura Culebro

Nombre del trabajo: Ensayo- Marketing

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9no

PASIÓN POR EDUCAR

Grupo: Nutrición A

Comitán de Domínguez Chiapas a 12 de septiembre de 2018.

El marketing

El marketing es definido por Philip Kotler como “un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer, e intercambiar productos de valor con sus semejantes” dentro de los objetivos del área des considerado como el estudio y estrategias planteadas para el comercio del producto, se dedica a estudiar a la población, sus necesidades y el como lograr que llegue a ellos; por ello el marketing debe de tomar en cuenta muchas áreas dentro de la empresa en las que se incluyen finanzas y logística, pues con ayuda de estas se podrá determinar un precio racional para el producto así como la logística de distribución ya que con esto se lograra el objetivo de solucionar las necesidades de manera unánime es decir que cubre tanto las necesidades de la empresa como las de sus clientes. A continuación, se postularán algunas de las tareas necesarias para que el marketing de una empresa resulte exitoso.

Sin embargo, para que el marketing funcione como se menciona con anterioridad, es necesario que se realicen ciertas actividades como la investigación del mercado la cual tiene la tarea de descubrir ¿Qué es lo que el cliente necesita? Y sobre todo el como es que la empresa puede llegar a satisfacer esa necesidad. La investigación del mercado se realiza a través de una búsqueda de manera objetiva y sobre todo en fuentes confiables; para que esta resulte se debe de determinar el tamaño del mercado es decir, la cantidad de clientes posibles de la empresa por lo que se requiere de realizar una segmentación en el mercado que se refiere a destinar el producto a una sección de la población por lo que se requiere conocer detalles como edad, sexo, ingreso mensual, datos que los posibles clientes lleguen a presentar en común; una vez echa esta tarea será necesario el ubicar en donde es que se encuentra en mayor volumen este sector de la población y los hábitos de compra que estos presenten pues dejara ver si la venta del producto o servicio resultaran factibles o no, así como la cantidad de producto demandado en diversos periodos de tiempo, que pueden ser cortos, medianos o largos; a la recopilación, registro y análisis de estos datos se les conoce como el estudio del mercado este se realiza por medio de encuestas o entrevistas que son herramientas que ayudaran a conocer de manera directa al cliente, la opinión sobre el producto y el precio de venta ofrecido y con base a eso definir de una vez por todas las características definitivas del producto y del precio de venta; en palabras de Malhotra, los estudios de mercado “*describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor*” ya que la intención es conseguir los datos suficientes como para utilizar de base para conocer a una población numerosa es indiscutible el uso de encuestas

en la mayoría de los casos y no de entrevistas, ya que también tienen como objetivo la obtención de datos exactos, las encuestas debe de contener preguntas claras, concretas, breves, que puedan dar a entender a quien las conteste la idea que la empresa desea transmitir sin embargo esto no es suficiente para asegurarse de que las encuestas realizadas sean consideradas de éxito ya que se ha confirmado que la aplicación de esta es clave para asegurarse de la falta de censo, si bien no se podrán controlar todas las condiciones es necesario determinar el lugar, el tiempo y a quien se le aplicara, un ejemplo de ello podría ser en la venta de un cosmético, el cual es un producto de uso libre para cualquier genero y edad, sin embargo dentro de la cultura popular en nuestra región esto no es muy aceptado por lo que comúnmente la aplicación de encuestas solo se realiza a mujeres en lugares comerciales ya que el hecho de que se encuentren ahí en la mayor parte de los casos la intención es adquirir o considerar la compra de un producto. La aplicación de las encuestas se puede realizar mediante diferentes medios, redes sociales, de forma física sin embargo la forma en la que esta llegue a provocar una buena reacción de los consumidores hacia el producto debe de ser estudiada con tacto por medio de simulaciones en donde se identificaran y reconocerán las posibles confusiones que los clientes pudieran encontrar.

Para que el producto sea dado a conocer de mejor manera el marketing utiliza las 4P'S las cuales son las representaciones de los 4 pilares básicos de cualquier estrategia de mercadeo, estas son el precio, el producto, plaza y promoción; cada uno de estos pilares cumple con una función especifica la cual ha sido planeada, estudiada y puesto a prueba para lograr ganar un lugar en el mercado.

- ☀ **Precio:** Según Philip Kotler y Gary Armstrong, el precio es *“(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio. En términos mas amplios, es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”* el precio está determinado mediante el uso de diferentes fórmulas que la final de todo busca el equilibrio entre el cumplir con hacer del producto algo accesible y el de cumplir con que la empresa obtenga ganancias de lo invertido para que esas necesidades exigidas por el comprador sean satisfechas.
- ☀ **Producto:** Es la idea vendida por el mercado con la finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor. W Charles Lamb argumenta que un producto “es todo aquello, favorable, que una persona recibe en un intercambio. Puede ser tangible o una idea”

Las diferencias entre el producto y el servicio es que el producto es fabricado o producido, es tangible, puede ser guardado y es producido en grandes cantidades por lo que son parecidos; un servicio consta de la interacción entre un cliente y un proveedor, al ser un servicio son intangibles por lo que no es posible guardar, además de que muchos de ellos cumplen con ser especializados por lo que no son iguales.

- ☀ **Promoción:** Es el conjunto de actividades desarrolladas con la intención de dar a conocer el producto, se pretende difundir las características propias del producto y persuadir a posibles clientes; esto ocurre por medio de los incentivos los cuales están diseñados para estimular la compra rápida de estos.
- ☀ **Publicidad:** La publicidad es la medida por la que la promoción logra llegar a los compradores, logra llegar a través de los medios de comunicación como periódicos, radio, volantes, aunque últimamente diferentes empresas han optado por el uso de las redes sociales que además de permitir una mejor interacción con el cliente, facilitan el acceso y cubren mayor campo.

Para finalizar, el marketing al encontrarse involucrado con el estudio del mercado debe de actualizarse continuamente ya que las necesidades no siempre son las mismas, se basa en lo demandado por un sector en específico y lo ofrece por medio de herramientas que tienen la tarea de persuadir a todo posible comprador.