



**Nombre de alumnos: Ivonne Montserrat González  
Ángeles**

**Nombre del profesor: Ana Laura Culebro**

**Nombre del trabajo: Ensayo**

**Materia: Taller del emprendedor**

**Grado: 9°**

**Grupo: A**

Comitán de Domínguez Chiapas a 17 de junio de  
2020.

PAS

## **Objetivos del Marketing, investigación del mercado, estudio del mercado y las 4 P's**

El siguiente análisis, está hecho para conocer a cerca de los diferentes objetivos del marketing, en qué consiste cada uno de ellos y enfatizando de mejor manera en los aspectos más importantes que tienen cada uno de ellos.

Así mismo también abarcará temas generales, como loes él porque de la importancia de investigar el mercado, el para que sirve, el cómo se puede realizar una investigación de la manera adecuada y sus puntos clave, así como poder analizar si solamente servirá un momento en la empresa o tendrá un lapso de tiempo extenso, y de ahí partir a él porque es necesario conocer cómo se mueve el mercado y el cómo podemos interactuar con el de mejor manera para sacar provecho de las situaciones y así mismo satisfacer de mejor manera las necesidades de los clientes.

Y ya por ultimo ver el posicionamiento de la empresa por parte de las 4'P (producto, precio, plaza y promoción) y ya con base a ello lograr posicionarse en el mercado de la manera que busquemos.

Los objetivos de la mercadotecnia son la parte crucial cuando llevamos a cabo un plan de mercadotecnia ya que es en donde decidimos y de la misma manera nos cuestionamos ya que tenemos que ser capaces de cumplir dichos objetivos, y para esto necesitamos saber cómo vamos clasificar nuestros objetivos en:

- Corto plazo que son menor a un año y que por lo regular se completan en 6 meses, estos objetivos son una excelente táctica para avanzar de a poco con el plan de negocios que hemos establecido
- Mediano plazo que son mayor a un año y en estos objetivos es en donde usamos el tiempo para implantar los recursos de mejor manera y que por lo general los objetivos de largo plazo están compuestos por muchos de mediano plazo
- Largo plazo que son 2 años y al igual que el anterior también va compuesto de varios objetivos a corto y mediano plazo que sumándose llegan a final del de largo plazo.

Una pregunta clave que se debe de hacer antes de iniciar el negocio es, ¿Por qué es importante investigar el mercado? Y la respuesta es simple, se debe de investigar el mercado ya que de ahí es de donde nos vamos a basar para nuestra toma de decisiones además que estamos buscando conocer la necesidad del cliente y de la misma manera buscamos el cómo satisfacerla para que nosotros seamos prioridad sobre otros.

Lo que se busca con este tipo de investigaciones es ver aquellos patrones de consumo en nuestro mercado potencial ya sea lo que más consumen o usan (si se tratase de un servicio).

Y en base esto crear lo que se denomina como demanda potencial en donde después de una base de cálculos podemos proyectar un crecimiento basándolo en los tres objetivos que mencionamos con anterioridad.

Lo que debemos de hacer cuando empezamos conocer la pequeña muestra de nuestro mercado con pequeñas encuestas referente a lo que nosotros estamos buscando vender usando preguntas cortas, rápidas y bien redactadas para tampoco molestar demasiado a la población.

Ya con base a los resultados arrojados por nuestro plan de encuestas conocer las principales necesidades del mercado iniciar de tal forma antes de que alguna otra empresa logre resolver esas necesidades ya que al lograrlo nosotros los clientes nos tendrían como prioridad al ver que les estamos haciendo caso.

En cuanto a las 4P`s se dividen de la siguiente manera:

- Producto siendo lo principal este no necesariamente puede ser algo tangible producto también cuenta lo que viene siendo lo que es un servicio, además que para esto también tenemos que conocer el ciclo de vida del producto ya que para cada producto debemos de desarrollar una estrategia diferente.
- Precio lo cual como bien sabemos es la cantidad a pagar por lo que queramos adquirir y para la fijación del precio del producto entra en juego de nueva cuenta lo que es el ciclo de vida del producto ya que si el producto es nuevo el precio será bajo mientras que si tuviéramos un producto donde la gente está interesada el producto tiende a subir de precio
- Punto de venta que es el cómo haremos para hacer llegar nuestro producto a nuestros clientes y así como todo tenemos que tener una estrategia de distribución.
- Promoción que es el cómo se dará a conocer el producto usando los canales de distribución adecuados

En conclusión, siendo una empresa cualquiera no necesariamente nueva es importante tener un plan de mercadotecnia ya que es en donde te basaras siempre ya que si eres una empresa establecida te tienes que basar de ahí para cualquier nueva introducción de algún producto, así como si eres una empresa emergente lo necesitas para poder establecerte de a poco en el mercado al que uno se quiere dirigir.

Al igual que es importante seguir estudiando el mercado una vez ya estés establecido ya que es necesario conocer siempre las necesidades de los consumidores, además que igual conoces las nuevas tendencias que surgen de a poco en el mercado y de esa forma no te quedas atrás contra tus competidores directos.

Referencias:

UDS, Antología del taller del emprendedor, 2020.

G. Sandoval, Actividades a corto, mediano y largo plazo, (2015).

M. Acibeiro, Las 4 p del marketing, (2019).