



**Mi Universidad**

**Investigación**

*Nombre del Alumno: Karla Jhoana Gómez Espinosa*

*Nombre del tema: Marketing mix*

*Parcial: 2*

*Nombre de la Materia: Mercadotecnia*

*Nombre del profesor: Cristina Carreri Flores*

*Nombre de la Licenciatura: Diseño Grafico*

*Cuatrimestre: 5*

## INTRODUCCION

En el marketing mix es una mezcla de la mercadotecnia en la cual se crea un análisis interno de la empresa, con 4 variables, los cuales son:

- PRECIO
- PRODUCTO
- DISTRIBUCION O PLAZA
- PROMOCION

Conocida también como las 4ps, dado que en su origen se conoce como: Price, Product, Place, Promotion.

El objetivo que tiene este análisis es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento.



**PRECIO:** Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos.

**PRODUCTO:** Esta variable engloba tanto el producto en sí que satisface una determinada necesidad, como todos aquellos elementos/servicios suplementarios a ese producto en sí

**PLAZA:** Es el lugar de almacenaje y distribución de productos

**PROMOCION:** La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público

PRECIO	NESCAFÉ	CAFÉ ORO	GREAT VALUE
¿Cuál es el valor de tu producto o servicio para el comprador?	200g: <b>\$115.50</b>	200g <b>\$76</b>	200g <b>\$118.00</b>
¿Cuáles son los rangos de precio para los productos y servicios en cada área de distribución?	Aurrera: \$104 Walmart: \$110 Chedraui: \$110	Aurrera: \$ 76 Walmart: \$76 Chedraui: \$76	Aurrera: \$118 Walmart: \$118 Chedraui: \$118
¿Cuál es el comportamiento del cliente en relación al precio?	El cliente prefiere tomar nescafe ya que es una marca reconocida, así que no se le complica tomar una decisión en comprar.	Debido al precio, el cliente prefiere comprar café oro ya que es uno de los cafés que le satisface una necesidad y le sale más económico.	El cliente prefiere comprar otro tipo de marca ya que es uno de los cafés con un precio más elevado y no satisface a su bolsillo y a su paladar.
¿Cuánto esta dispuesto a pagar por lo que ofrece?	No se niega a pagar el precio que se le pide.	El cliente paga la cantidad que el vendedor le pide.	El cliente no está dispuesto a pagar dicha cantidad
¿Cuál es el límite de precio?	\$120	\$78	\$118
¿Existe la necesidad de crear acciones de precio para segmentos de público (personas jurídicas, clientes fiscales)?	No	No	No
¿Cómo se compara tu precio con el de la competencia?	Como uno de los cafés con un excelente margen de precios	Uno de los cafés más económicos	Café con un margen de precio más elevado

PRODUCTO	NESCAFÉ	CAFÉ ORO	GREAT VALUE
¿Cuáles son las necesidades o deseos de tu producto / servicio que debe satisfacer de la clientela?	Estimulación y placer	Café cremoso, con delicioso aroma, sabor y cuerpo. Al disolver deja una forma de aureola de la crema del café.	Satisfacer las necesidades básicas del consumidor, ofreciendo su esencia única de café
¿Cuáles son las funciones que se deben desarrollar para llegar a lo que se necesita?	La elaboración correcta de cada producto, manteniendo la esencia de su sabor	La elaboración correcta de cada producto, manteniendo la esencia de su sabor	La elaboración correcta de cada producto, manteniendo la esencia de su sabor
¿Cómo, cuando y donde lo usaría el cliente?	Por las mañanas o a cualquier hora del día desde la cocina de su hogar u oficina.	Por las mañanas o incluso por las noches, desde la cocina de su hogar.	Para las mañanas desde la cocina de su casa
¿Cómo es físicamente?	Cuenta con 3 diferentes presentaciones. Pero como tal el producto son granos de café de color oscuro.	Cuenta con 3 diferentes presentaciones. Pero como tal el producto son granos de café de color oscuro.	Cuenta con 3 diferentes presentaciones. Pero como tal el producto son granos de café de color oscuro.
¿Qué nombre tiene?	 Nescafé clásico  Nescafé dolca	Café oro	Café Great value
¿Cuál es la marca?	Nestlé	Café oro	Great value
¿Cómo se diferencia de otros productos o servicios ya existentes en el mercado?	Nescafé es un producto de excelencia. Los mejores granos del mejor café son seleccionados para entregar un café de excelente calidad, intenso sabor e inigualable aroma.	Café oro este hecho a base de una mezcla selecta de granos, los cuales te ofrecen la mejor experiencia de aroma	El café Great value se diferencia principalmente por su sabor único y sus precios accesibles

PLAZA	NESCAFÉ	CAFÉ ORO	GREAT VALUE
¿Dónde suele tu público buscar el producto / servicio?	En tiendas de servicio	Tiendas de servicio	Tiendas de servicio
Establecimientos físicos ¿Cuáles son los tipos específicos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Puntos de ventas mayoristas</li> <li>✚ Mercados</li> <li>✚ Supermercados</li> <li>✚ Tiendas pequeñas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Puntos de ventas mayoristas</li> <li>✚ Supermercados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Supermercados</li> </ul>
Establecimientos visuales y online ¿Cuáles (catálogo, redes sociales)?	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Amazon</li> <li>✚ Mercado libre</li> <li>✚ Walmart en línea</li> <li>✚ Chedraui online</li> <li>✚ Bodega Aurrera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Amazon</li> <li>✚ Walmart en línea</li> <li>✚ Chedraui online</li> <li>✚ Bodega Aurrera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Mercado libre</li> <li>✚ Clikers store</li> <li>✚ Walmart en línea</li> <li>✚ Chedraui online</li> <li>✚ Bodega Aurrera</li> </ul>
¿Cómo tu empresa puede ingresar a los mejores y mayores canales de distribución?	Manteniendo su buena esencia de café y gran sabor	Manteniendo su buen aroma	Manteniendo sus increíbles precios

PROMOCION	NESCAFÉ	CAFÉ ORO	GREAT VALUE
¿Cuándo y donde puedes transmitir de forma efectiva los mensajes de marketing, acerca de tu negocio a tu público objetivo?	A través de medios de comunicación como los anuncios de revista, televisión, redes sociales los cuales incluye: Facebook, Instagram, You tube.	Medios televisivos, redes sociales, revistas.	Medios de revista, anuncio en redes sociales.
¿Cuáles son los mejores canales de tv, radio, internet, impresos y acciones de relaciones publicas para presentar tus soluciones a tus posibles clientes?	Canales abiertos como lo puede ser el canal de las estrellas. Así como las redes sociales como Facebook y you tube	Canales abiertos como lo puede ser el canal de las estrellas. Así como las redes sociales como Facebook y you tube	Canales abiertos como lo puede ser el canal de las estrellas. Así como las redes sociales como Facebook y you tube
¿Tu mercado es estacional?	No	No	No
¿Cómo hacer la promoción de sus productos y servicios tu competencia?	Innovaciones en meses festivos, principalmente en fechas festivas	Innovaciones en meses festivos, principalmente en fechas festivas	Innovaciones en meses festivos, principalmente en fechas festivas

## **CONCLUSION**

Es impresionante como cada una de las tres anteriores marcas de café varea su precio, y como es que cada una tiene una estrategia de marketing muy distinta a cada una. Es por ello que cada una tiene un mayor enfoque a su clientela.

## BIBLOGRAFIAS

<https://www.lagranbodega.com.mx/nescafe>

<https://super.walmart.com.mx/search?q=NESCAFE>

[https://www.bodegaurrera.com.mx/inicio?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_advertiser=baea\\_brand&utm\\_campaign=&utm\\_term=aurrera\\_e&utm\\_content=&gclid=CjwKCAjwitShBhA6EiwAq3RqA0NO6BtO3WONrbbTwQdbLJxBVvhqt1jBi69YfXbzt\\_G5UmZKYcfJJhoCqO4QAvD\\_BwE](https://www.bodegaurrera.com.mx/inicio?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_advertiser=baea_brand&utm_campaign=&utm_term=aurrera_e&utm_content=&gclid=CjwKCAjwitShBhA6EiwAq3RqA0NO6BtO3WONrbbTwQdbLJxBVvhqt1jBi69YfXbzt_G5UmZKYcfJJhoCqO4QAvD_BwE)

<https://grandesmarcas.cl/hall-of-fame/nescafe/>

<https://cafeoro.com.mx/>

<https://www.10decoracion.com/tipos-de-tiendas-fisicas/>

<https://www.nescafe.com/es/>

<https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/como-elegir-el-mejor-canal-de-distribucion-en-tu-negocio>

[https://prezi.com/xxix\\_mzvign/analisis-de-nescafe/#:~:text=Publicidad%20dirigida%20para%20jovenes%2C%20estudiantes,gen te%20menor%20de%2045%20a%C3%B1os.&text=Dividido%20de%20acuerdo%20al%20cafe,teniendo%20en%20cuenta%20sus%20gustos.](https://prezi.com/xxix_mzvign/analisis-de-nescafe/#:~:text=Publicidad%20dirigida%20para%20jovenes%2C%20estudiantes,gen te%20menor%20de%2045%20a%C3%B1os.&text=Dividido%20de%20acuerdo%20al%20cafe,teniendo%20en%20cuenta%20sus%20gustos.)

<https://visionglobal.com.mx/nescafe-lanza-nueva-estrategia-de-comunicacion/>



