



PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre del profesor: Ivan Alexis Rivas
Albores**

**Nombre del alumno: Blanca Nabora
Gomez Velasco**

Materia: Taller del emprendedor

Nombre del trabajo: Ensayo

Grado: noveno cuatrimestre

Comitán de Domínguez, Chiapas a 06 de julio del 2023.

INTRODUCCION

En el mercado actual, una persona que compra y otra que vende tienen en común que las dos buscan una relación de intercambio agradable. Una quiere lo que la otra tiene. Sus intereses son diferentes, pero ambas tienen que basar su relación en la confianza mutua si quieren seguir manteniendo relaciones de intercambio en el futuro, un claro ejemplo son las empresas con sus proveedores y viceversa.

Si analizamos nuestras actividades, a lo largo del día, comprobaremos que muchas de ellas tienen algo que ver con el deseo de comprar un producto o disfrutar de un servicio. Estas actividades pueden estar relacionadas con la decisión de compra, la búsqueda de información sobre un producto, la reclamación por el mal funcionamiento de algo que hemos comprado o la queja por una garantía no atendida.

El hecho es que el intercambio de bienes y servicios son tan habituales y afectan a nuestros bolsillos que es bueno que conozcamos cómo estas relaciones son objeto de estudio de la mercadotecnia.

En el presente ensayo, se analizan, en forma breve, los temas del mercado, objetivo de marketing, investigación de mercado, estudio de mercado las 4 P's, producción y elementos de la producción.

DESARROLLO

Mercado

En economía, un mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. Estas pueden tener como partícipes a individuos, empresas, cooperativas, entre otros. El mercado contiene usuarios en busca de recursos insuficientes en relación con las necesidades ilimitadas.

Es la relacionado con el Mercado, al que como vendedores, productores o prestadores de un servicio nos queremos dirigir y permanecer, por medio de su segmentación y el posicionamiento de los productos.

Definiré el Mercado Meta, como un conjunto de personas y organizaciones con necesidades, deseos y posibilidades de satisfacerlos.

Objetivos del marketing

Es atraer a nuevos clientes y fidelizarlos. Es importante inducir en cada persona interesada el deseo de solicitar a una empresa concreta la compra de bienes y servicios una y otra vez. Esto incluye también la satisfacción de todas las necesidades del público objetivo. Gracias al aspecto del marketing, se mejora la

calidad de los servicios y los bienes, así como las relaciones con los clientes y, en última instancia, el empresario obtiene el beneficio deseado.

En cuanto a la tarea del marketing, consiste en identificar las necesidades del público objetivo. Conocer esta información le permite hacer una mejor oferta que la de los competidores. Si se crean condiciones favorables para los clientes, en lo que respecta a la calidad del producto o servicio y al precio, puede mejorar el negocio y aumentar los ingresos.

Los principales objetivos del marketing son los siguientes:

- Crear una estrategia competitiva en el mercado actual
- Encontrar los canales de venta más rentables
- Mejorar la calidad del servicio al cliente
- Ampliar la gama de productos y crear otros nuevos
- Crear una relación óptima entre precio y calidad
- Estudiar al público objetivo y crear productos o servicios en función de sus necesidades y deseos
- Evaluar el mercado actual, las empresas competidoras y predecir las ventas futuras.

El marketing es un proceso integral que ayuda a desarrollar un negocio y a atraer a un público objetivo. También ayuda a elaborar un plan de negocio con suficiente antelación al lanzamiento de la propia empresa, lo que reduce los posibles riesgos.

Investigación de mercado

Consiste en juntar información sistemáticamente de personas o compañías -un mercado- y luego analizarla para entender mejor las necesidades de un grupo de personas. Los resultados de una investigación de mercado, que casi siempre se resumen en un reporte, luego son usados para ayudar a los dueños de negocios a tomar decisiones con más información sobre las estrategias de la compañía, operaciones y la base de consumidores potenciales.

Entender los cambios de la industria, las preferencias y necesidades cambiantes de los consumidores, y las tendencias legislativas, entre otras cosas, puede moldear donde un negocio decide enfocar sus esfuerzos y recursos. Ese es el valor de la investigación de mercado. La investigación de mercado puede ayudar al negocio a ser más eficiente y a tener un mercado más efectivo.

Estudio de mercado

La función del análisis de mercado -que es, en otras palabras, investigar sobre un nicho de mercado- sirve para determinar si es viable o no invertir en determinado negocio o producto. Cuando hablamos de mercado estamos hablando de personas que compran, entonces podemos decir que el objetivo de estudio de mercado se enfoca en la obtención y conformación de los perfiles de nuestro público objetivo: ¿quiénes compran?, ¿cuánto compran?, ¿cómo compran?, ¿dónde compran? y ¿por qué lo hacen?

Las 4 p's de la mercadotecnia

La Mezcla de la Mercadotecnia es un conjunto de variables de Mercadotecnia a través de las cuales se realiza una estrategia para producir una respuesta positiva por parte de los consumidores. La Mezcla de la Mercadotecnia consiste de cuatro elementos que son las 4 P's: 1) Producto, 2) Precio, 3) Plaza y 4) Promoción.

Producto: Es todo aquello que es susceptible de ser comprado, cambiado, traspasado, etcétera. Incluye la forma en que se diseña, se clasifica, se posiciona, se empaca y se reconoce a través de una marca.

Precio: Es lo que pagas para cualquier producto o servicio que consumes. Éste influye profundamente en las percepciones de la marca por parte del consumidor. Indica qué y cuánto el cliente paga por un producto. Las compañías aplican varias estrategias al fijarlo. Algunos productos compiten con el precio.

Plaza (Distribución): El lugar en donde está disponible tu producto. Lo profesionales de la mercadotecnia deben de saber que el método de distribución, igual que el precio, ha de ser compatible con la imagen de la marca, puesto a que la gente no pagará los precios de Palacio de Hierro en un Comercial Mexicana por un producto similar. La distribución designa la forma en que el producto se pone a disposición del consumidor: dónde se distribuye, cómo se compra y cómo se vende.

Promoción (Comunicación): Son las actividades encaminadas a cambiar el comportamiento del consumidor, dándole algo por eso. La Comunicación indica todas las comunicaciones relacionadas con el marketing que se dan entre vendedor y comprador. Las herramientas de este elemento son las que la mezcla promueve.

Producción

La producción es la actividad económica que se encarga de transformar los insumos para convertirlos en productos. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas. Su objetivo último es la satisfacción de la demanda.

Dicho de otra manera, un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran relacionadas entre sí y cuyo objetivo no es otro que el de

transformar elementos, sistemas o procesos. Para ello, se necesitan unos factores de entrada que, a lo largo del proceso, saldrán incrementado de valor gracias a la transformación.

Los factores de entrada de producción más habituales y comunes en todas las empresas son trabajo, recursos y capital que aplicados a la fabricación se podrían resumir en una combinación de esfuerzo, materia prima e infraestructura.

Elementos de producción

Para llevar a cabo la producción, se necesita la combinación de los factores de producción, los cuáles son:

Tierra: El recurso tierra nos proporciona los insumos o las materias primas para realizar la producción. Son todos los recursos naturales como los minerales, animales y plantas.

Trabajo: El trabajo considerado como la actividad humana aplicada a la transformación de las materias primas; así como para elaborar el diseño, desarrollo y la fabricación de los productos.

Capital: El capital incluye los instrumentos como máquinas, instalaciones, herramientas, con las cuales se facilita el proceso de producción y aumenta el nivel de productividad de la empresa.

Tecnología: Son los conocimientos y técnicas que se utilizan de manera ordenada para alcanzar una meta o resolver un problema.

El empresario es el responsable de escoger la mejor combinación de los factores de producción, de manera que la producción se realice con el menor costo posible. De modo que, si sus costos de producción son bajos, la empresa podrá competir con los mejores precios en el mercado y por consecuencia llegar a tener utilidades

CONCLUSION

Como ya lo mencioné con anterioridad, los seres humanos siempre estamos escasos de algo, y cuando necesitamos “algo” o deseamos “algo”, siempre entablamos una relación comercial o de servicio con otras personas. Esto no era la excepción en épocas pasadas, que fue cuando nacieron los tianguis o plazas en donde se comercializaban toda clase de productos. Pero con el paso del tiempo, los mercados han tenido que ser más especializados, ya que las necesidades, deseos y características de las personas nunca son iguales, por lo que el mercado debe satisfacerlas mediante la creación de productos. La evolución del mismo no ha parado, pues siempre se está adaptando a las necesidades humanas y empresariales. He ahí su importancia, pues sin necesidad de saber cuál es la evolución de una empresa o país, éstas reconocen que es fundamental para su

desarrollo, por tanto las actividades desarrolladas para el cumplimiento de sus objetivos deberán ser apegadas a un plan de mercado específico.

Creo que es de suma importancia poder saber conceptos como el mercado ,el marketing y poder llevar una materia de taller del emprendedor , como materia dentro de un plan de estudios universitarios, es de mucha importancia, ya que, como futuros profesionales podemos enfrentarnos a la necesidad de crear nuestra propia empresa o simplemente a un empleo donde se requiera de conocimientos básicos de mercado, pues nos brinda las herramientas teóricas y prácticas para desenvolvernos como verdaderos profesionales dentro y fuera de nuestra área de trabajo.