

**Nombre de alumno: Yazmin Alejandra  
Vázquez López**

**Nombre del profesor: Iván Alexis Rivas**

**Nombre del trabajo: Ensayo**

**Materia: Taller Del Emprendedor**

**Grado: 9 cuatrimestre**

PASIÓN POR EDUCAR

**Grupo: A"**

Damos a conocer la importancia que tiene nuestros siguientes temas conociendo el mercado actual, una persona que compra y otra que vende tienen en común que las dos buscan una relación de intercambio agradable.

### **El mercado:**

El mercado era entendido como un lugar donde se efectúan los procesos de cambio de bienes y servicios, entre demandantes y oferentes, pero con la aparición de la tecnología, por esa razón, hay mercado mientras haya intenciones de comprar y de vender, y los participantes estén de acuerdo en efectuar los intercambios, a un precio acordado. Sin duda, el intercambio se lleva a cabo porque ambos participantes obtienen un beneficio, es decir ambas partes ganan, Intercambio por trueque: los mercados surgieron antes de que apareciera el dinero, puesto que las personas se reunían en ciertos lugares de sus comunidades llevando parte de lo que producían y lo intercambiaban por lo que no podían producir, cuando apareció el dinero, los intercambios se facilitaron, puesto que el intercambio fue indirecto y esto proporcionó la posibilidad de ampliar los intercambios tanto en tiempo como en espacio, Por otra parte, el intercambio indirecto permitió la evolución y el perfeccionamiento de los mercados, haciéndolos más eficientes.

### **Objetivos de 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, Las inversiones de las campañas de marketing son un factor fundamental para toda organización, para dar a conocer sus productos o servicios, Las campañas publicitarias pueden ser incluidas tanto en medios de comunicación como en redes sociales, con esto se logra que, la rentabilidad, se establezca en el corto, mediano o largo plazo, La mercadotecnia tiene la versatilidad de ser útil en distintas áreas y con diversos enfoques por ejemplo el

Mercado: Adaptar todas las necesidades de los productos o servicios a los diferentes requerimientos de los consumidores.

Ventas: Aumentar las ventas de la compañía en el mercado

Producto: La búsqueda de monopolizar el mercado y, en los casos que la empresa ya este monopolizándolo, se centra en la optimización de los procesos productivos.

### **Investigación del mercado.**

Una investigación de mercados te ayuda a conocer las intenciones de compra de los consumidores, o te da retroalimentación acerca del crecimiento del mercado al que perteneces,

A través de una investigación puedes descubrir también información valiosa que te sirva para estimar los precios de tu producto o servicio y encontrar un punto de equilibrio que te beneficie a ti y a los consumidores, Para hacer esta investigación se recurre a métodos estadísticos y analíticos y de diversas técnicas para obtener los datos o información que necesitamos, Los informes realizados luego de realizar dicha investigación nos dan las bases para actuar a favor del cliente y tener éxito en

la compañía, también para definir, por ejemplo, campañas de publicidad y marketing, lanzar nuevos productos, La investigación de mercados posee muchas ventajas si se realiza de una manera adecuada, para llevar a cabo esto es necesario recurrir a diversas herramientas para recolectar información y hacer posible la comprensión de los resultados, Una de las herramientas más utilizadas son las encuestas online ya que presentan ventajas como la capacidad de solicitar información más completa debido a los múltiples formatos que soporta y además de ser más económicas en comparación a las encuestas tradicionales u otros sistemas de recolección.

### **Estudio del mercado**

la razón detrás del porqué muchas pequeñas y medianas empresas no tienen un buen crecimiento es la ausencia de estudios de mercado que pueda ayudarles a identificar a su público objetivo, lo que éste buscan y lo que los competidores están haciendo para satisfacerlo hasta el momento, Si bien en las grandes empresas globales los estudios de mercado son el pan de cada día, el avance de la tecnología y el impacto en el flujo de la información, Un estudio de mercado es el proceso mediante el cual realizamos la recolección y análisis de información que sirve para identificar las características de un mercado y comprender cómo funciona, Esta investigación es utilizada por diversos ramos de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones, Este tipo de estudio es especialmente útil para analizar aspectos como hábitos de consumo, región de operación, requerimientos de productos o análisis de la competencia para asegurar el buen desempeño del negocio, Muchas empresas o dueños de pequeños negocios aún no son conscientes de la utilidad de un estudio de mercado.

### **Las 4 P's**

#### 1- Producto

Una empresa necesita ofrecer algo.

El Producto aquí, también debe englobar servicios ofrecidos por un negocio.

Pero este no es el enfoque principal de este pilar.

El Producto sirve para que tu equipo entienda y defina cuáles atributos y características tiene lo que se está ofreciendo.

#### 2-Precio

El precio es, a decir verdad, el valor que será cobrado por la solución que ofreces a tus clientes, Este pilar indicará el futuro de tu empresa, ya que es a partir de la circulación del dinero que será posible pagar funcionarios, proveedores, realizar inversiones y sacar tu merecido lucro. 3- plaza La cuestión es que este es el responsable, específicamente, por cómo el cliente llega hasta ti, a tus productos y servicios, En nuestro ejemplo de Hawaianas, son los canales de distribución.

4- promoción tiene el sentido de promover tu marca y soluciones, hacer que el mensaje de marketing de tu marca llegue a los oídos correctos, Transformar tu empresa, de mera desconocida, en posible solución a las necesidades y deseos de un cliente.

### **Producción.**

a economía, la producción es la actividad que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir, consiste en la creación de productos o servicios y, al mismo tiempo, la creación de valor. También por producción, en un sentido amplio, entendemos el incorporar utilidades nuevas a las cosas, no solamente la generación de producto con cualidades distintas a su origen, es decir, modificaciones a su estructura natural del factor que le otorga un nuevo uso. Es la actividad que se desarrolla dentro de un sistema económico. Más específicamente, se trata de la capacidad que tiene un factor productivo para crear determinados bienes en un periodo determinado.

### Elementos de producción.

**Tierra:** Comprende todos los recursos naturales que pueden ser utilizados en el proceso productivo. Cuando hablamos de recursos naturales nos referimos a todo tipo de recursos extraídos del planeta, no solo a la tierra cultivable.

**Trabajo:** Es el tiempo que las personas dedican a la producción. A pesar de que podemos diferenciar entre el trabajo físico y el intelectual, en el factor productivo trabajo se engloban los dos tipos. De esta forma, las horas de trabajo físico de un agricultor

**Capital:** Comprende a los bienes durables que son utilizados para fabricar otros bienes o servicios. Este tipo de factor productivo requiere de otros factores productivos para poder producir bienes y servicios

**Producción:** Se refiere al conjunto de conocimientos y técnicas que, aplicados de forma lógica y ordenada, permiten a las personas solucionar problemas, modificar su entorno y adaptarse al medioambiente.

**Conclusión:** hemos llegado a la conclusión de nuestros temas abordados observando cada punto de información, comprendiendo a nuestro mercado que es esencial para cualquier empresa o interesado en dar a conocer su marca, para definir la demanda y sustentividad de lo que se esté ofreciendo en el mercado interesado

### Bibliografías:

(<https://www.google.com/search?q=Investigaci%C3%B3n+del+mercado.&oq=Investigaci%C3%B3n+del+mercado.&aqs=chrome..69i57j0i10i22i30l2j0i22i30l2j0i15i22i30j0i22i30l3.1499j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>)

(<https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>)

(<https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/#:~:text=La%20mezcla%20de%20mercadotecnia%2C%20ta>)