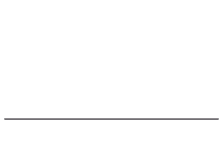
# CARÁTULA





**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ**

**MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

CARRERA: COMPUTACIÓN

INFORME DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

ASIGNATURA:

MARKETING

NOVENO SEMESTRE/NIVEL

**TEMA:**

**MARKETING MIX**

**AUTOR:**

**FRANCISCO JOEL MARÍN CALDERÓN**

**LIMBERT ESNEIDER SANTANDER ALCÍVAR**

**PROFESOR:**

**DRA. C. MARYURI ZAMORA CUSME**

CALCETA, ENERO 2021

# INTRODUCCIÓN

Todo consumidor conoce el producto, dónde lo compra, por qué lo ha elegido y el precio que tiene. Aunque está bastante reducida la idea a sus componentes principales, se puede tener certeza que todos estos puntos son aquellos que más influyen en que el consumidor tome decisiones.

En el presente documento se presenta un concepto bastante importante para el campo del marketing el cual es conocido como el marketing mix. Se presentará la definición, la importancia que tiene el que las personas apliquen estos conceptos en sus negocios y cuales son piezas que lo componen. Además de presentar la idea de un producto propio con las características extraídas en base a los conceptos de marketing mix.

# MARKETING MIX

Existe variedad de definiciones para el concepto de Marketing Mix, Philip Kotler, experto en marketing, define al Marketing Mix como una herramienta clásica para ayudar a planificar qué ofrecer a los consumidores y cómo ofrecérselo”. También se puede denominar al Marketing Mix o mezcla de la mercadotecnia, como el conjunto de actividades destinadas a la promoción y comercialización de la marca o el producto en el mercado. Todo esto teniendo en cuenta siempre las 4P’s y con el objetivo claro de atraer y fidelizar al cliente gracias a la satisfacción de sus necesidades (Estaún, 2020).

El Marketing Mix realiza un análisis estratégico de los aspectos internos que son desarrollados comúnmente por las empresas. El objetivo de aplicar este análisis es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior. Una de las formas más comunes para empezar con este análisis es la realización de un estudio de mercado.

Con la técnica del Marketing Mix la finalidad es colocar el producto correcto, al precio justo, en el lugar apropiado y en el momento indicado. Es por esto que es una técnica que se debe tener muy en cuenta cuando se planea lanzar una estrategia de negocio para así poder tener éxito con el producto o servicio que ofreces a tus clientes.

Cabe mencionar que para para estar en en buen camino respecto al Marketing Mix, se deben tener en cuenta cuatros variables principales del negocio: producto, precio, distribución y promoción. Estas variables son generalmente conocidas como 4Ps del marketing (Peralta, 2017).

Las 4Ps del marketing analizan la estrategia de las empresas de forma interna desde la década de los 60. Sirven para organizar y detallar las acciones relacionadas con la puesta a disposición de los bienes y servicios para el público objetivo (Debitoor, 2018).

# IMPORTANCIA DEL MARKETING MIX

Cada vez son más las empresas que buscan desesperadamente nuevos métodos de venta para sus productos. Desde el video de marketing hasta la promoción en redes sociales, no obstante, se olvidan de que antes de lanzarse a todo ello deberían valorar su estrategia de marketing mix para que llegue a ser satisfactoria. Aplicar Marketing Mix permite optimizar tiempo y recursos, ya que prepara un camino en base a la información obtenida y no deja que las variables más importantes como son las 4Ps queden a intentos aleatorios de intentar satisfacer la necesidad del cliente, si no que, por lo contrario, con Marketing Mix se tiene ya en mano esa información, siendo ese uno de los puntos más importantes.

Tenerlo claro es el primer paso para empezar a actuar y ver resultados. Un Marketing Mix bien claro y planteado nos permite:

* Hacer cambios en nuestros productos, si son necesarios. Rediseñar en innovar.
* Atraer nuevos clientes o recuperar los perdidos al aclarar todo lo referente a precios y costos.
* Tener presencia virtual y física y medir cuál estrategia es más efectiva. De esta forma sabremos dónde y cómo invertir los recursos.
* Establecer alianzas con compañías externas que fortalezcan la nuestra.

# DISEÑO DE MARKETING MIX

Lo que caracteriza al Marketing Mix son las “4 P’s”, que constituyen la base de lo que la empresa se trata. Para lograr aplicarlo correctamente, se debe tener claro en qué consiste cada una de las “P”, por lo cual a continuación se da la definición de cada una de estas partes y cuáles serían las preguntas principales a tener en cuenta.

## PRODUCTO

En marketing mix, producto se refiere al artículo que realmente se vende. El producto debe ofrecer un nivel mínimo de rendimiento. El nombre de la marca, la funcionalidad, el empaque, el diseño, la garantía, son elecciones que pueden tomarse en cuenta en las estrategias de marketing del producto. Las preguntas para comprender los elementos del producto pueden ser: ¿qué quiere el consumidor del producto? ¿Qué requisitos cumple? ¿En qué se diferencia de un producto de sus competidores? (Francia Antonella, 2017).

## PRECIO

Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio. Es la suma de todos los valores a los que renuncian los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar el bien o servicio. Su valor se calcula tras deducir costes fijos y variables más un beneficio para el empresario. Normalmente la política de precios posicionará a nuestros productos en el mercado, por eso debe ser muy bien estudiada. También debemos incluir las ofertas, los descuentos, los rappels, y otros factores que afecten económicamente a nuestro producto. Las preguntas para comprender los elementos de precios pueden ser: ¿Cuál es el valor del producto o servicio para el cliente? ¿El cliente es sensible al precio? (Castañeda Paucar, 2019).

## PLAZA

Conjunto de procesos que hacen posible el contacto del producto comercializado por la empresa con el consumidor, llegando a intervenir distintos agentes como proveedores, distribuidores, clientes y la propia empresa” (Philip Kotler: “Fundamentos del Marketing. También llamado lugar o canal. Un bien o servicio normalmente se encuentra disponible en un lugar físico, en un punto de venta accesible para el cliente; es decir su ubicación definitiva o lo que es lo mismo su distribución, pero también hace referencia a los canales que utilizaremos para llegar hasta el punto de venta que normalmente es físico, aunque actualmente también se utilizan medios digitales. Para entender esta parte, se pueden hacer estas preguntas: ¿dónde buscan los compradores su producto? ¿En qué tipo de tiendas buscan el producto? (Castañeda Paucar, 2019).

## PROMOCIÓN

La promoción o comunicación es el proceso que incluye una serie de elementos para brindar al cliente la información necesaria para tomar una decisión de compra, consumo o adopción de un producto o servicio. A veces muy costoso, la promoción mediante publicidad, por ejemplo, puede incrementar considerablemente las ventas. Las preguntas que se pueden hacer para este componente del marketing mix son: ¿cuándo es el mejor momento para promocionar? ¿Dónde y cuándo se pueden transmitir sus mensajes de marketing al mercado objetivo? (Francia Antonella, 2017).

# CONCLUSIÓN

En base a la investigación realizada, los autores del informe concluyen lo siguiente:

* El aplicar Marketing Mix es una técnica que se debe aplicar para conocer las respuestas a las preguntas mas importantes de un producto, las cuales están enfocadas producto, precio, distribución y promoción del mismo.
* Los entornos en la actualidad han cambiado bastante en comparación a cuando fueron propuestas técnicas como el Marketing Mix, pero ha sabido mantenerse debido a su flexibilidad y desde un punto de vista más amplio, las técnicas de Marketing han evolucionado en conjunto con la sociedad y las tecnologías de hoy en día.

# BIBLIOGRAFÍA

Castañeda Paucar, J. (1 de Agost de 2019). *Universidad de Valladolid.* Obtenido de Universidad de Valladolid Repositorio Documental: https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/37227/TFG-N.1164.pdf

Debitoor. (29 de Noviembre de 2018). *Debitoor*. Obtenido de Marketing mix: https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix

Estaún, M. (2 de Octubre de 2020). *IEBS*. Obtenido de Qué es el Marketing Mix y sus variables: las 9P’s del marketing: https://www.iebschool.com/blog/marketing-mix-marketing-digital/

Francia Antonella, S. (1 de Octubre de 2017). The Effects of Marketing Mix (4P) on Companies’ Profitability: A Case Study of Automotive Industry in France. *Journal of Research in Marketing, Volumen 8*(1), 636 - 640.

Peralta, E. O. (12 de Septiembre de 2017). *Genwords*. Obtenido de Marketing Mix: Qué es y Cómo Aplicarlo: https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix