

## MARKETING - I

### 1. ¿Por qué es importante para la mayoría de las personas, el estudio de marketing?

Contestando la pregunta: "Existen muchos motivos para su estudio, a continuación se analizan varios de ellos:

- **Los costos de marketing consumen una parte apreciable del dinero del consumidor.-**

Conforme va avanzando en el estudio de marketing, se comprende que son muchas las actividades de este tipo que son requeridas para proporcionar al público las mercancías y servicios que se precisan para que se satisfaga sus necesidades. Es evidente que estas actividades tienen un costo. Se calcula que la mitad de cada peso del consumidor se utiliza para pagar las actividades del marketing. Significa pues así que si cierta familia tiene ingresos mensuales de \$ 2 300, y asignaran \$ 300 para el pago de impuestos y ahorro, se gasta alrededor de \$ 2 000 en mercancías y servicios, de los cuales, \$1 000 representan costos de marketing. Puesto que el costo de estas operaciones consume una parte muy importante de cada peso, conviene conocer como utilizar este dinero

- **Muchas organizaciones emplean actividades de marketing.-** Mucha gente se gana la vida mediante actividades de comercialización. En U.S.A., el 22 a 33 % de trabajadores civiles realizan operaciones de este tipo. En el área de marketing se ofrece muchas oportunidades interesantes para hacer carrera; entre las cuales están las ventas directas, publicidad, empaques, almacenaje, ventas al por mayor y al detalle, transporte. Estas actividades pueden ser aplicadas de forma activa también en organizaciones políticas, sociales, religiosas, culturales o cívicas. Es muy posible que para los mercaderes como para los que participan de forma voluntaria en una organización sin fines de lucro, se hace presente la necesidad de emplear los conocimientos y habilidades de marketing."

- **Las actividades de marketing son importantes para las organizaciones mercantiles y para la economía.-** para sobrevivir y mantenerse fuertes, las organizaciones mercantiles tienen que vender productos. Las operaciones de marketing cooperan, en forma directa o indirecta, en la venta de los productos de la empresa, con esto, las operaciones de marketing no sólo ayudan al negocio a vender sus productos ya conocidos, sino también crean oportunidades para desarrollar artículos novedosos al estimular la producción de recursos financieros; de esta manera la empresa puede satisfacer en forma más completa las cambiantes necesidades de los consumidores, lo cual a su vez permite obtener mayores utilidades.

- **Las actividades de marketing deben evaluarse.-** además de contribuir en el bienestar nacional, las actividades de marketing influyen en muchos aspectos de la vida cotidiana. En realidad, muchas mejoras que se realizan en la vida individual pueden lograrse mediante la comprensión de dichas actividades. Al entenderlas, existirá una mejor posibilidad de determinar cuándo se necesita mejorarlas y cómo debe hacerse. Por ejemplo, es posible conocer que muchos padres desean que se controlaran los anuncios de los programas infantiles de televisión.etc.

**2. ¿En qué aspectos importantes difiere la definición de marketing utilizada en este libro de las otras cuatro definiciones presentadas? ¿Cómo definía usted el marketing antes de leer este capítulo?**

Contestando la pregunta: “Los aspectos importantes que difieren en la definición utilizada en este libro, en comparación con los otros cuatro conceptos son:

- La mayoría de las definiciones o conceptos indican que el marketing representa operaciones mercantiles; eso indicaría que no sería posible el marketing en actividades no mercantiles, en organizaciones no lucrativas, lo cual no es cierto, ya que sí es posible el marketing en esta clase de organizaciones.
- Una de estas cuatro definiciones erradas, señala que el marketing se produce *luego* que las mercancías o servicios que se brindan, han sido producidos; en realidad, el marketing comienza *antes* de las operaciones productivas.
- El marketing no solo se refiere a mercancías y servicios, sino también a ideas, conceptos, hechos, también incluyendo a propia gente.

**3. Explique los elementos básicos del concepto de marketing. ¿Qué empresas de su área aplican este concepto? ¿Cuál es el motivo por el que usted cree que estas empresas han adoptado el concepto?**

Los elementos básicos del concepto de marketing, es brindar satisfacción a los clientes que es lo más importante del concepto de marketing, aquí se debe investigar que es lo más satisface al cliente, de acuerdo a esta información el negocio o empresa puede crear productos satisfactorios.

Se debe continuar adaptando y modificando los productos presentes, con el fin de mantenerlos actualizados dependiendo de los cambios en los deseos y preferencias del consumidor.

En el Hockey Plaza de la ciudad de Chiclayo lo más importante es el cliente, las actividades tanto de los restaurantes y servicios que se brindan al público son elaboradas de una manera exigente tanto a cocineros como la atención de los empleados hacia los consumidores contando con un excelente área de almacén, baños, cocina, mozos, que de manera eficiente trabajan brindando la mejor atención y calidad en las comidas, bebidas, recreos, etc.

Como se ve acá lo más importante es el cliente, y los productos de calidad que se brinda ya que es la razón de ser de la empresa, se ve la calidad desde que usted entra y ve los manteles; en otros restaurantes tales como “El Hebrón”, “El Rancho” existe también este manejo de conceptos donde lo más importante es el cliente por eso de acuerdo a los deseos del cliente hasta se les canta “ las mañanitas” y “el feliz cumpleaños” al cliente que lo solicite.

**4. Señale varias organizaciones mercantiles de su área que es evidente no han adoptado el concepto de marketing.**

Existen muchísimas organizaciones que todavía no están actualizadas en este concepto de marketing, como farmacias, bodegas, pequeñas empresas, zapaterías, librerías, cafeterías, mercados etc, donde existen, pero lamentablemente no tienen vivo este concepto, y a mi parecer creo que no lo conocen o no lo practican.

**5. ¿Cómo pone en práctica una empresa el concepto de marketing? ¿Cuáles son algunos de los problemas que se presentan al implantarlo? ¿Debería siempre reflejar la filosofía administrativa de una empresa el concepto de marketing?**

Una empresa pone en práctica el concepto de marketing, cumpliendo con las condiciones básicas de establecer un sistema de información y reorganizar la empresa.

Ya que este concepto afecta a todas las actividades de la empresa:

- Es necesario que la alta dirección de la empresa lo adopte con pleno convencimiento, se debe incorporar a su filosofía personal de la administración al extremo a que llegue a constituir la base para todas las decisiones y metas que se adopten en la empresa.
- La primera medida que debe tomar la administración para implementar dicho concepto es establecer un sistema de información que permita conocer las necesidades de los consumidores y poder utilizar esa información para crear productos satisfactorios.
- La administración debe estar dispuesta a invertir una cantidad importante en dinero y tiempo para su creación y mantenimiento.
- Para satisfacer los objetivos del consumidor como los propios la empresa debe coordinar todas sus actividades; para que esta coordinación de las decisiones y actividades departamentales funcione se requiere de cambios en las operaciones internas y en las metas generales de uno o más departamentos.

Algunos de los problemas que se presentan:

- No se obtiene la seguridad de que el nuevo enfoque de marketing de la organización funcionará a la perfección.
- Existe un límite hasta el cual una empresa puede satisfacer las necesidades de los consumidores de un producto particular.
- La empresa debe estar segura de que el producto recién creado no le hará perder clientes tanto los habituales como los posibles.
- Es tener que determinar con exactitud cuáles son las necesidades del consumidor del producto.
- Es que al satisfacer las necesidades de un sector de la sociedad, la empresa puede provocar el disgusto de otros grupos.

- Es mantener la moral de sus empleados durante la reorganización que puede ser necesaria para coordinar las actividades de varios departamentos, esto puede ser muy molesto para los empleados y afectar su productividad.

La empresa que pone en práctica el concepto de marketing debe reflejar su filosofía.

#### **6. ¿En que consiste la mixtura de marketing? ¿Por qué se conocen los elementos de la mixtura como variables?**

La mixtura de marketing está integrada por cuatro componentes principales: producto, precio, distribución y promoción. Estos elementos son considerados como “variables de las decisiones de marketing” debido a que el Director de marketing puede modificar el tipo y las cantidades de estos componentes.

A pesar de que pueden modificarse existen límites hasta los cuales el director de marketing puede hacerlo, por tanto no son controlables por completo.

#### **7. ¿Cuáles son algunas actividades de marketing relacionadas con el componente “producto” en la mixtura de marketing?, ¿Del componente “precio”?, ¿del componente “distribución”?, ¿del componente “promoción”?**

- **La variable Producto.-** Un producto puede consistir en una mercancía un servicio o una idea. las actividades relacionadas con el componente producto, son importantes, puesto que están incluidas en forma directa con la obtención de productos satisfactores de necesidades. Puesto que las preferencias hacia los productos por parte de los compradores sufren cambios, el vendedor, si quiere seguir teniendo un grupo de productos que satisfagan las necesidades, debe estar en posibilidad de desarrollar nuevos productos, modificar los existentes y si es necesario eliminar los que ya no son del agrado de los compradores y que no produzcan utilidades aceptables.
- **La variable Precio.-** los consumidores se preocupan por los precios de los productos, porque a su vez están preocupados por el valor que obtienen a cambio. Se debe fijar las políticas de precios y determinar los precios de los productos.  
El precio es importante para los consumidores, es una parte vital de la mixtura del marketing, el precio se utiliza como un medio para fijar la imagen de un producto.
- **La variable Distribución.-** para brindar satisfacción al consumidor, los productos deben estar disponibles en el momento preciso, en un lugar conveniente y accesible, se debe tratar que los productos estén disponibles en las cantidades necesarias para tantos distribuidores.

Se debe evitar la tentación de difundir en forma muy amplia y rápida su cobertura del mercado.

- **La Variable Promoción.-** Esta variable se utiliza para facilitar los intercambios, haciendo llegar a uno o más grupos de personas, información sobre una empresa y sus productos. La promoción se emplea para varios fines:

Por ejm: Puede aplicarse para aumentar el conocimiento del público sobre una empresa.

La promoción también se utiliza para que el consumidor conozca una nueva marca, hacerle saber las características del producto, o para instarlo a adoptar una posición determinada sobre un asunto de índole político o social.

**8. Indicar las razones por las que la promoción es un elemento importante de la mixtura. Indique algunos anuncios actuales que a su criterio, están encaminados a mejorar la imagen de sus patrocinadores.**

- ✓ Sin la promoción no existiría el conocimiento del público sobre una empresa o producto
- ✓ Sin la promoción, las empresas de bebidas frías, no podrían vender sus productos en invierno
- ✓ Sin la promoción, los políticos no venderían sus ideas.
- ✓ La promoción se utiliza para muchas actividades como las ventas de productos que se inician en el mercado.

**Ejemplos de los anuncios actuales:**

- La promoción que se hace de la bebida gaseosa “Tuchy Kola” de 3 litros, de diferentes sabores y colores, más “un vaso de vidrio”, al precio módico de S/ 2. 50, en los mercados de Ferreñafe, Chiclayo y Lambayeque, hacen que muchas amas de casa, y los distintos consumidores de gaseosa, opten por esta alternativa económica, rindiéndose a la promoción, que está dando a conocer este nuevo producto.
- La promoción de los helados “Donofrio” con la canción del verano del “Grupo 5” de Monsefú, causa un impacto entre la juventud, dando así a conocer, nuevos productos muy ricos y económicos.
- La promoción de los productos “Frito Lay”, la cual consiste en que si algún consumidor lograra encontrar las tiras completas para formar el nombre de un determinado premio, podrá canjearlo mostrando los empaques con la palabra ganadora, tales como Scooter, Nintendo Wii, etc.
- La promoción de champú “Head & Shoulder”, que te brinda un 80 % más del producto a solo S/0.80.
- La promoción de la cerveza “Club”, que al presentar 5 chapas de dicha marca de cerveza, podrás canjear por una cerveza.