



**Nombre del profesor: Carlos de Jesus Barrios Bermudez**

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

**Maestría: contabilidad financiera**

**Materia: Administración de producción e inventarios**

**Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico**

PASIÓN POR EDUCAR

**Grado: séptimo cuatrimestre**

# Estrategia del negocio

## ¿Qué es ?

son las tácticas que una empresa pone en acción para implementar una planificación comercial que le permita alcanzar determinados objetivos previamente definidos

Guían el trabajo de cualquier compañía.

## Metas

son el conjunto de técnicas, métodos y tácticas que se ejecutan con miras a cumplir con la planificación de las metas de una empresa.

Con los objetivos comerciales establecidos, la estrategia de negocios apunta a realizar las acciones para obtener los resultados propuestos en corto, mediano y largo plazo.

## Objetivos

- 1- Penetración en el mercado
- 2- Crecimiento de la marca
- 3- Liderazgo en el sector
- 4- Solidez financiera

1.El objetivo primordial suele ser comenzar a posicionarse e ingresar en el nicho de mercado al que buscan dedicarse .Es muy común (y recomendable) desarrollar un MVP, es decir, el mínimo producto viable.

2-Ofrecer cada vez más variedad en su catálogo de productos, Aumentar el tamaño de la compañía ,Tener más repercusión en el mercado al que pertenece ,Mejorar los productos o servicios que ofrece para especializarse, Superar a la competencia Y Expandir sus fronteras hacia nuevos territorios geográficos.

3- Con un crecimiento sostenido, llega el momento en que la estrategia de negocios pasa a estar alineada con la idea de ser el referente máximo en determinado nicho

# Como lograr los objetivos

## Solidez financiera

Conforme una empresa va creciendo y ganando espacio en su mercado, es necesario asegurar el beneficio económico obtenido.

Aquí es donde las acciones se orientan tanto a cuidar las ganancias como promover la estabilidad económica.

## Precios economicos

la introducción al mercado de un producto nuevo que necesita promoción para lograr una buena base de clientes. Es una estrategia de venta para captar la atención de potenciales consumidores que luego difundirán la información entre terceros.

## Productos exclusivos

Esta táctica promueve una fuerte fidelización del cliente en el largo plazo ya que, al no encontrar el artículo en otro lugar, el consumidor se dirige siempre a la misma marca.

## Estrategia de marketing

Tiene como objetivo llevar la marca, es decir sus servicios o productos, al mercado y puede considerar el mix de las 4 P's: Product, Place, Price, Promotion.

## Liderazgo en un mercado

El valor de los productos pueden ser superior a los que ofrecen otras marcas del mercado y eso les permite fijar precios superiores sin perder ventas frente a su competencia.

## ¿Por que razon ?

Por que los clientes confían en ellos, en la calidad de cada producto y en el servicio que brindan aún después de una compra.