



**Mi Universidad**

**“Super nota”**

**Nombre del Alumno: Johan Rodrigues Morales**

**Nombre del tema: “ Desarrollo empresarial“**

**Parcial: 2°.**

**Nombre de la Materia: “desarrollo empresarial”**

**Nombre del profesor: “ Andrés Alejandro Reyes  
Molina”**

**Nombre de la Licenciatura: Medicina veterinaria y  
zootecnista.**

**Cuatrimestre: 6° “A”**

# Desarrollo empresarial



## “Mercadotecnia”

Es el marketing el conjunto de técnicas que a través de estudios de mercado intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto, su función primordial es la satisfacción del cliente ya sea potencial o actual y mediante las cuales pretenden diseñar el producto, establecer precios, donde se distribuirá t las técnicas de la comunicación más adecuada.



## “LA MERCADORTECNIA DEL PRODUCTO”

### producto

Es cualquier bien, servicio, idea, lugar, organización o instrucción que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso y que satisfaga una necesidad, incluye de 4 elementos fundamentales como:

- la cartera de producto
- la diferenciación de producto
- la marca
- la presentación,



### Precio

significa el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto, para determinar el precio la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Los costos de producción, distribución,,
- El margen que sea obtener
- Los elementos del entorno, principal la competencia
- Las estrategias del marketing adoptadas
- Los objetivos establecidos,



### Plaza o distribución

Es e elemento del mix que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente, Cuatro elementos configuran la política de distribución:

- Canales de distribución
- Planificación de la distribución
- Distribución física
- Merchandising



### Los clientes

es objetivo que los productos o servicios se buscan mejor y mucho más rápido si esto están acomodados adecuadamente en su lugar, satisfacer alguna necesidad de la gente, y la gente estará dispuesta a pagar por esa satisfacción.



### promoción

La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va designado, comunicar las características del producto ,comunicar los beneficios del producto, que se recuerden o se compre la marca o producto



## “La investigación del mercado”

Esto es un proceso utilizado para resolver problemas entre la empresa y sus mercados, mediante la búsqueda y el análisis de información,

Tipo de investigación del mercado

luego en el marketing la investigación de mercado se puede dividir en dos categorías como:

- 1.-Investigacion académica: es llamada también investigación científica, porque es utilizada para obtener información sobre temas de interés general y busca encontrar soluciones a largo plazo.
- 2.-investigación profesional: Es realizada generalmente por el departamento de investigación de marketing de una empresa ya sea por una empresa dedicada a elaborar investigaciones de mercado.



# “Estudio de mercado”

por esa razón, los datos obtenidos son guardados celosamente y no se comparten con otras empresas, ya que esto significa darle armas a la competencia, puesto que conocerá nuestras fortalezas y debilidades. el éxito de esta investigación es hacerlas en tiempo correspondiente y usada de manera apropiada los recursos.



## “LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA”

### Mezcla de marketing

Es una selección de herramientas de marketing que incluye diversas áreas de interés que se puede cambiar para crear un plan completo



### Los siete elementos del marketing son:

- producto o servicio
- precios
- promoción
- coloca
- Personas
- Embalaje
- Proceso

### Un ejemplo de mezcla de marketing

un buen ejemplo puede ser una tienda de barrio, en este caso podríamos pensar en una cadena de tiendas que suministre una amplia diversidad de productos incluyendo alimentos frescos y envasados, herramientas, maneje y artículos domésticos, regalos, revistas, etc.



### tipos de mezcla de marketing son:

En realidad hay tantos tipos de mezcla de marketing como empresas activas hay en el mundo. para una mayor simplicidad podríamos intentar que nuestro modelo encaje en uno de los siete tipos de mezcla establecido y más común que se detallan a continuación:

- Mezcla de producto
- progresión y ciclo de vida del producto
- Mezcla de cobertura de mercado
- mezcla de servicio
- Mezcla de programas de marketing o promocional
- Mezcla de marketing global i de marketing internacional.

## “PLANES DE INTRODUCCIÓN DEL MERCADO”

En la estructuración de acciones concretas a realizan en los primeros meses de desarrollo de la empresa, para garantizar una entrada exitosa en el mercado.

De estas manera es necesario hacer un estudio de la competencia para conocer los productos que ofrecen, precios, ubicación y la calidad de su servicio, así mismo se requiere investigar al mercado meta al que se requiere llegar, para ello se aplicará a una muestra representativa cuestionarios en referencia a las variables anteriores citadas, u y por otro identificar mercados potenciales, buscando con ello, tomar ventajas sobre la competencia.



## “SISTEMA DE VENTAS (PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN)”

Las ventas constituyen una de las funciones de la empresa, el ,mejor sistema contable, la mejor publicidad y los mejores métodos de producción no podrán en nada so las ventas no ocurren, nada pasa en la empresa hasta que alguien vende, las ventas pueden traducirse en el final de un sistema de producción acompañado por el diseño y desarrollo de un plan integrado de mercadotecnia.



las ventas personales son especialmente importantes para el pequeño empresario ya que la mayor parte de las actividades de venta en la pequeña empresa se realizan en esa forma, otro aspecto que repercute en el área de venta , es el aspecto organizacional de la misma. al igual que el resto de las áreas de la empresa,

