



U2. Aspectos Mercadológicos



Canales de Distribución

A grandes rasgos, un canal de distribución es el camino seguido por un producto desde la fase productiva, hasta la adquisición y consumo por el cliente.

Clasificación de los canales de distribución:

- Mayorista: Establecimientos encargados de desplazar y vender productos a minoristas.
- Minoristas: Establecimientos encargados de vender productos al consumidor final.
- Agentes: Individuos o empresas que desplazan y venden productos de terceros al consumidor final.
- Intermediarios: Son elementos distribuidos en el canal, que desplazan el producto a los sectores del mercado que los necesita.

Mercadotecnia Internacional

La importancia del MKT internacional radica en la globalización de un producto, es decir, el posicionamiento de la marca o producto en el extranjero.

En esencia, su objetivo es la fidelización de consumidores a nivel mundial, a la vez que estudia los sectores poblacionales de otras naciones y sus preferencias.

Estrategias Competitivas

Se llama estrategias competitivas a aquellas que nos permiten introducir y posicionar un producto o marca dentro de un mercado muy competitivo. Para este fin se distinguen tres principales.

Estrategias de bajo costo

Las estrategias de bajo costo persiguen el posicionamiento de un producto por debajo del precio de la competencia, consiguiendo así utilidades por volumen de ventas.

Estrategias de diferenciación

Contrario al anterior, se basa en la atribución de características especiales aun producto, de modo que este se conocido por su prestigio, sin importar el precio. Suele asociarse con calidad y exclusividad.

Estrategias de enfoque

Refiere a la concentración de esfuerzos por delimitar un público objetivo y desarrollar un producto afín a las necesidades del mismo. Puede ser un producto exclusivo, o incluso especializado.

Recursos Humanos

Dentro de la empresa, el departamento de recursos humanos realiza una de las actividades de mayor importancia para el desarrollo de la organización. Esto es la administración del capital humano. Es decir, se enfoca en ser un puente entre las estrategias de dirección y las necesidades del personal.

Actividades principales:

- Obtener al mejor personal.
- Capacitar a los trabajadores.
- Estimularlas constantemente.
- Retener a las personas más talentosas y benéficas para la organización.