

MERCADO DE VALORES

LPGPT	SPBL25PT	SPBLBGPT	DOW	NASDAQ	S&P 500	SPBLPGPT	SPBL25PT	SPBLBGPT
-1	-0.49	-1.23	+0.99	+1.47	+1.01	-1	-0.49	-1.23

Suscríbete

Viernes, 16 de septiembre del 2016

Contáctenos

Buscar en Gestión



Portada Economía **Empresas** Mercados Tu Dinero Inmobiliaria Management Política Opinión Tecnología Tendencias Blogs

ESTÁS EN PORTADA EMPRESAS

# ¿Qué debo tener en cuenta antes de emprender o iniciar un negocio en la coyuntura actual?

Jueves, 15 de septiembre del 2016

**EMPRESAS** 15:47 “Así como la competencia en el mercado está aumentando continuamente, las empresas deben seguir trabajando en el marketing-mix para hacer negocios”, enfatizó el especialista Dr. Rajagopal.



El Perú está lleno de emprendedores con muchas ideas de negocio pero no todas corren la misma suerte, y por eso decidimos acudir a un experto para dar una guía para todos aquellos que quieran poner en marcha su propia empresa.

Me gusta  
Compartir

455

2

G+1

12

Compartir

0

Para el Dr. Rajagopal, profesor de Marketing en EGADE Business School del Tecnológico de Monterrey de México, quien enfatizó que “el cliente es el eje del negocio hoy en día” y por consiguiente, es necesario para cualquier empresa comprender las necesidades de los clientes, sus preferencias, y la relación calidad-precio.

“El desarrollo de un negocio centrado en el cliente sería la forma correcta para que las empresas puedan crecer en el mercado de hoy. Además, también es necesario que las nuevas empresas entiendan la competencia que existe en el mercado y desarrollar la diferenciación estratégica en productos y servicios, lo que debería dar a la empresa una ventaja de “cuasi-monopolio” dentro del mercado”, explicó.



ÚLTIMA HORA  
VER TODAS

**06:30** | Las apps para seniors que controlan presión arterial, diabetes y retrasan el alzhéimer

**06:37** | Cobre: ¿Hasta cuándo veremos el precio del metal rojo castigado?

**06:41** | ¿Cuáles son los beneficios laborales de un trabajador part time?

**06:52** | ¿Dónde invertir en este entorno tan volátil?

**07:00** | Sepa cómo decidir un cambio de trabajo y cómo elegir el momento para hacerlo

**07:43** | Editorial: ¿Alza de tasa de la Fed? Por ahora no

**08:00** | El cibercrimen en los tiempos de la revolución digital: Ocho amenazas online del 2016

**08:47** | Congreso: Comisión Permanente ratificó a Julio Velarde como presidente del BCR

**09:16** | Cobre cae pero registraría mayor subida semanal desde julio

**09:31** | Oro se

LAS MÁS LEÍDAS

- 1 MEF varía plan de cambio del Impuesto a la Renta ¿Qué trabajadores dejarían de tributar?
- 2 Seis consecuencias negativas de dormir demasiado
- 3 Sepa cómo decidir un cambio de trabajo y cómo elegir el momento para hacerlo
- 4 ¿A qué lugares prefieren viajar los turistas peruanos en temporada baja?
- 5 MEF designó a Victor Shiguíyama Kobashigawa como nuevo jefe de la Sunat
- 6 Destinos en los que siempre brilla el sol
- 7 El cibercrimen en los tiempos de la revolución digital: Ocho amenazas online del 2016
- 8 Las seis reformas en las que deberá enfocarse el nuevo jefe de la Sunat
- 9 Las apps para seniors que controlan presión arterial, diabetes y retrasan el alzhéimer
- 10 Así fue el primer día de ventas del iPhone 7 de Apple en el mundo

MULTIMEDIA

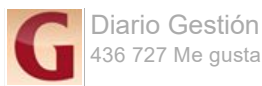
En ese sentido, manifestó que esta situación debería permitir a la empresa desarrollar la sensación de “yo también” entre los consumidores y así esta puede construir una fuerte fidelidad por parte de ellos y convertirse en un líder en el mercado.

“Si una empresa se siente atraída en hacer negocios en el mercado sólo porque existe una demanda y muchas compañías están operando para responder a dicha demanda, ello podría hacer que el negocio termine en medio del caos; a menos que realice estrategias de marketing y diferenciación en sus productos”, advirtió.

El especialista mencionó que así como la competencia en el mercado está aumentando continuamente, las empresas deben seguir trabajando en el marketing-mix para hacer negocios.

¿En qué consiste ese marketing-mix?, pues se trata de las 11Ps, que son Producto: basado en las necesidades; Plaza: omnipresente o debe tener una disponibilidad de 360; Precio: competitivo para los diferentes segmentos de los consumidores; Promoción: menos comunicación corporativa y más contenidos generados por los consumidores a través de medios digitales; Packaging o empaquetado: impulsado por la tecnología y la comodidad.

Las otras “P” involucradas son Pace o ritmo: lanzamiento de los productos antes que los competidores; Personas: voceros que interactúan con los consumidores ante la sociedad en nombre de la empresa; Performance o rendimiento: elaborando en el rendimiento de los productos y servicios elaborados previamente en la línea de producción; Psicodinámica: fomentar interacciones positivas entre peer-to-peer (entre pares) a través de los medios digitales para construir confianza en el consumidor); Postura (desarrollar una imagen de la empresa y tener una propuesta única de ventas de los productos y servicios para obtener una ventaja competitiva); y Proliferación (innovación continua, diversificación y establecimiento de una diferenciación competitiva en el mercado).



Me gusta esta página Registrarte

Sé el primero de tus amigos en indicar que le gusta esto.

**TAGS:** ideas de negocio, emprendimiento en el Perú

Comentarios  
Por el momento, no es posible realizar comentarios

**BLOGS**  
VER TODOS



Economía para todos  
Carlos Parodi



Innovar o ser cambiado  
Andy García Peña



El cine es un espejo  
Raúl Ortiz Mory



No respire  
El deporte de hacer negocios  
Luis Carrillo Pinto



Descubra las tecnologías que revolucionaron ...  
Atalaya Económica  
Manuel Romero Caro

**PREGUNTA DEL DÍA**

¿Está de acuerdo con que todo el personal estatal informe sobre su patrimonio?  
Envíenos sus comentarios

**WALL STREET**  
VER TODOS



Será noticia

JOSÉ ANTONIO MONTENEGRO

**VIDEOS FOTONOTICIAS**  
GESTIONTV



Cobre: ¿Hasta cuándo veremos el precio del metal rojo castigado? Ver más

**CARICATURA**



Por Lavidá

Lunes 10 de noviembre del 2014

- Portada
- Economía
- Empresas
- Política
- Tu Dinero
- Inmobiliaria
- Tecnología
- Tendencias
- Mercados
- Empleo y Management
- Blogs
- Especiales

- RSS
- Facebook
- Twitter

#### **CONTACTO**

- Contáctenos
- Términos de Uso
- Políticas y Privacidad

---

DIRECTOR PERIODÍSTICO: JULIO LIRA SEGURA Copyright Prensa Popular SAC. Derechos Reservados: Prohibida su reproducción sin previa autorización. Lima, Perú

Copyright© Gestion.pe - Grupo El Comercio - Todos los derechos reservados.

Visite también:

[elcomercio.pe](#) | [peru21.pe](#) | [peru.com](#) | [depor.com](#) | [trome.pe](#) | [publimetro.pe](#) | [laprensa.pe](#) | [aptitus.com](#) | [neoauto.com](#) | [urbania.pe](#) | [ofertop.pe](#) | [clubsuscriptores.pe](#) | [comprabien.com](#) | [Perured.pe](#) | [shopin.pe](#) | [avansys.edu.pe](#) | [estilomio.com](#) |  
Trabaja en el Grupo El Comercio