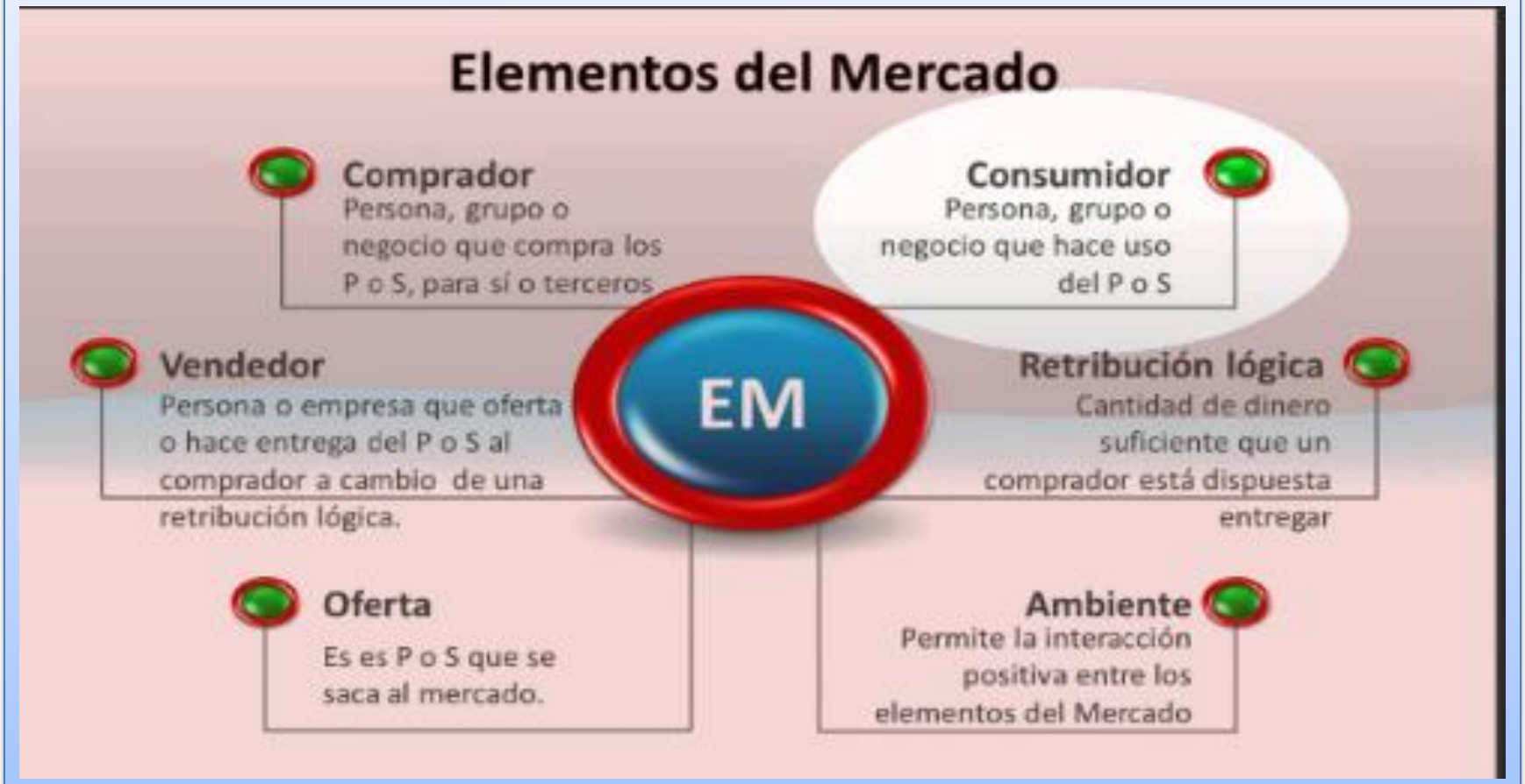
MERCADEO


Elementos del Mercado
Comprador
Persona, grupo o negocio que compra los P o S, para sí o terceros
Consumidor
Persona, grupo o negocio que hace uso del P o S
Vendedor
Persona o empresa que oferta o hace entrega del P o S al comprador a cambio de una retribución lógica.
EM
Retribución lógica
Cantidad de dinero suficiente que un comprador está dispuesta entregar
Oferta
Es es P o S que se saca al mercado.
Ambiente
Permite la interacción positiva entre los elementos del Mercado

MERCADEO

Los principales **elementos del mercado** son: ---------

-Vendedor

-Comprador

-Precio

-Oferta

-Demanda

-Mercado. Este término que se utiliza para denominar el contexto donde se realizan las compras y ventas.

MERCADEO

El mercado se mueve y fluctúa según los bienes que se oferten y la demanda que estos tengan. El mercado es el mecanismo que pone la pauta de los precios y las cantidades a ofertarse en las transacciones diarias.

Antiguamente estos intercambios se hacían mediante el trueque y existían métodos para determinar el valor de ciertos productos, como su peso, tamaño y funcionalidad.

MERCADEO

-Producto o servicio

Es el elemento que será intercambiado por los actores económicos. Un proveedor ofrece el bien o servicio a un consumidor, con la intención de satisfacer una necesidad

-Vendedor

Es quien identifica una necesidad en los consumidores y trata de satisfacer dicha necesidad a través de la prestación de un bien o un servicio.

MERCADEO

-Comprador

El comprador es la persona que paga para adquirir un producto o servicio. Es aquel que tiene una necesidad que cubrir y busca hacerlo a través del mercado

-Precio

El precio es la cantidad monetaria que el comprador deberá pagar al vendedor para obtener el producto o servicio que desea

MERCADEO

-Oferta

Es la cantidad de bienes que los productores están dispuestos a vender bajo ciertas condiciones de mercado.

Es decir, si se eleva el valor de un producto, este por consecuencia se producirá en mayor cantidad. Por otro lado, si en un mercado estable baja el precio de un producto o servicio este será menos ofertado.

MERCADEO

La **Oferta** se determina por factores como el precio en el mercado, la tecnología disponible para su producción, cuántos productores hay o las expectativas de consumo, es decir, si se prevé que muchas personas vayan a demandar un producto determinado.

Asimismo, la oferta se puede modificar por diversos factores ajenos al precio, principalmente por los gastos de producción.

MERCADEO

Demanda

A diferencia de la oferta, la demanda funciona desde la perspectiva del consumidor, no del productor. La demanda es la cantidad de productos que los consumidores están dispuestos a comprar basados en su precio.

La ley de la demanda establece que si un producto es más barato, este será más demandado; un producto más caro encontrará un menor número de consumidores.

MERCADEO

La demanda se determina por factores como el precio de los productos en el mercado, las preferencias del consumidor o el precio de los bienes sustitutivos

La renta (el dinero con que cuentan los consumidores) es también un fuerte determinante de demanda.

Si aumenta la renta, aumentan los precios; si esta disminuye, el precio también se verá afectado. Por ello, si un país decidiera imprimir más dinero, aumentaría la renta y en consecuencia, todo subiría de precio.

MERCADEO

El mercado de la agricultura es un mercado muy complejo. La oferta y la demanda de los productos agrícolas están influenciadas por varios factores, como la estacionalidad, el clima, las condiciones del suelo, las tendencias de consumo y la competencia entre productores. Estos factores pueden crear fluctuaciones en los precios de los productos agrícolas, lo que puede afectar a los agricultores y a los consumidores.

MERCADEO

El mercado de la agricultura cuenta con varios participantes, que incluyen:

-Agricultores: son los productores de los productos agrícolas.

-Procesadores: son las empresas que procesan los productos agrícolas, como las plantas de procesamiento de carne o las fábricas de azúcar.

MERCADEO

Mayoristas: son los intermediarios que compran productos agrícolas a los agricultores y los venden a los minoristas.

- Minoristas: son las empresas que venden productos agrícolas directamente al consumidor final, como los supermercados o las tiendas de comestibles.

-Consumidores: son las personas que compran y consumen los productos agrícolas.

MERCADEO

Características básicas de un mercado



1. Tener una necesidad
2. Querer satisfacerla
3. Tener capacidad de pago





MERCADEO

Demanda y Oferta: Un mercado implica la interacción entre la demanda de los consumidores y la oferta de los productores o vendedores. Estos factores determinan los precios y la cantidad de bienes intercambiados.

Competencia: La competencia es un rasgo distintivo de los mercados. La cantidad de participantes y su nivel de competencia influyen en la dinámica del mercado

MERCADEO

Información: La disponibilidad y el acceso a información son cruciales en un mercado eficiente. Los compradores y vendedores deben tener información para tomar decisiones informadas.

Heterogeneidad de los Productos: Los bienes pueden ser homogéneos (iguales) o heterogéneos (diferentes) en un mercado. Esto influye en la capacidad de los productores para fijar precios.

MERCADEO

Transparencia: Un mercado transparente se caracteriza por la visibilidad y accesibilidad de información relevante, lo que promueve la confianza y la eficiencia.

Acceso: La facilidad con la que los participantes pueden ingresar o salir del mercado es importante. La barrera de entrada puede variar según el tipo de mercado.

Regulación: Algunos mercados están sujetos a regulaciones gubernamentales para garantizar un juego limpio y proteger a los consumidores.

MERCADEO

Localización: Los mercados pueden ser locales, regionales, nacionales o internacionales, lo que influye en la amplitud de la competencia y el alcance de los productos.

Ciclos y Tendencias: Los mercados experimentan ciclos económicos, fluctuaciones estacionales y tendencias a largo plazo, que afectan las decisiones de compra y venta.

Volatilidad: La estabilidad de los precios y la volatilidad del mercado pueden variar significativamente según factores económicos y políticos.

MERCADEO

Estructura Organizativa en el Sector Agrícola: Claves para el Éxito

El organigrama agrícola es una herramienta fundamental para la organización y gestión eficiente de las actividades en el sector agrícola. Con una estructura clara y detallada, permite visualizar la jerarquía y las relaciones entre los diferentes departamentos y funciones dentro de una empresa agrícola.

MERCADEO

El sector agrícola se divide en cuatro sub-sectores principales. En primer lugar, encontramos los cultivos, que abarcan todo tipo de plantaciones y cosechas. En segundo lugar, está la ganadería, que incluye tanto la producción animal como la salud de los animales. En tercer lugar, se encuentra la pesca y acuicultura, que engloba la pesca de captura y la cría de peces. Por último, el sub-sector forestal se encarga de la gestión y explotación sostenible de los recursos forestales.

MERCADEO

Cada uno de estos sub-sectores desempeña un papel esencial en la cadena alimentaria y en la economía global. La diversificación y desarrollo sostenible de estos subsectores son clave para garantizar la seguridad alimentaria y el bienestar de las comunidades rurales y urbanas.

MERCADEO

ORGANIGRAMA

Un organigrama de una empresa agropecuaria es una representación gráfica de la estructura jerárquica y funcional de la organización, mostrando los diferentes departamentos y sus responsables, así como las relaciones de supervisión y comunicación entre ellos. Este documento es crucial para visualizar de manera clara la distribución de autoridad y responsabilidades dentro de la empresa, facilitando la toma de decisiones y el trabajo en equipo.

MERCADEO

Cómo se conforma el sector agropecuario?

El sector agropecuario se conforma por dos áreas principales: la agricultura y la ganadería. La agricultura se encarga de la producción de alimentos a través de cultivos como cereales, frutas, verduras y legumbres. Por otro lado, la ganadería se enfoca en la cría de animales para la obtención de carne, leche, huevos y otros productos de origen animal.

MERCADEO

Ambas áreas del sector agropecuario son fundamentales para garantizar la seguridad alimentaria de una población. La agricultura y la ganadería trabajan de forma conjunta para abastecer a la sociedad con productos frescos y de calidad. Además, estos sectores contribuyen de manera significativa a la economía de un país, generando empleo y fomentando el desarrollo rural.

MERCADEO

Liderazgo y coordinación en la industria agrícola

El liderazgo y la coordinación son fundamentales en la industria agrícola para lograr un crecimiento sostenible y eficiente. Un líder visionario puede inspirar a su equipo a alcanzar metas ambiciosas, mientras que una coordinación efectiva garantiza que todos los esfuerzos se dirijan hacia un objetivo común.

MERCADEO


ORGANIZACION
¿COMO SE VA A HACER?
INTEGRACION
¿CON QUIEN SE HACE?
¿CON QUE SE HACE?
DIRECCION
VER QUE SE HAGA
CONTROL
¿COMO SE HA REALIZADO?,
PLANEACION
¿QUE SE VA A HACER?
¿QUE SE QUIERE HACER?
MECANICA
ADMINISTRACION
DINAMICA

MERCADEO

Los líderes en la industria agrícola deben ser capaces de adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y tomar decisiones estratégicas que impulsen el crecimiento de sus operaciones. La coordinación entre diferentes áreas de la empresa, como la producción, la logística y el marketing, es esencial para optimizar los recursos y maximizar los resultados.

MERCADEO

Al implementar un organigrama agrícola bien diseñado, los agricultores y empresarios pueden mejorar la productividad, optimizar los recursos y fomentar un ambiente de trabajo colaborativo. En última instancia, el uso adecuado del organigrama agrícola puede contribuir al éxito y crecimiento sostenible del sector agrícola.