

1. Record Nr.	UNINA9910617318803321
Titolo	Estrategias de mercadotecnia aplicadas a las Pymes de México y Colombia / / coordinadoras, Laura Estela Fischer de la Vega, Monica Eugenia Penalosa Otero y Diana Maria Lopez Celis
Pubbl/distr/stampa	Ciudad de Mexico [Mexico] : , : Universidad Nacional Autonoma de Mexico, , [2021] ©[2021]
Descrizione fisica	1 online resource (315 pages) : : illustrations (some color)
Disciplina	338.64209861
Soggetti	Small business marketing - Mexico Small business marketing - Colombia Electronic books.
Lingua di pubblicazione	Spagnolo
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Tu fabrica : estrategia de negocio para personas en condicion de discapacidad / Claudia Maritza Reyes Contreras -- Marketing educativo : estrategia de branding para el posicionamiento del CIBA-IPN Tlaxcala / Emigdio Larios-Gomez -- Panaderia Chavez : una historia de amor, tradicion y apego a Dios / Monica Eugenia Penalosa Otero y Diana Maria Lopez Celis -- Estrategias de administracion y mercadotecnia aplicadas a Grupo Estrategico de Negocios (Gene). / Alejandra Ballesteros Aureoles y Jose Antonio Tlacuilo Gonzalez -- La relacion estrategia, estructura y cultura : empresa CROQUANT / Diego Armando Marin Idarraga, Juan Carlos Cuartas Marin y Deisy Marcela Agudelo Suarez -- Una necesidad dificil de transmitir : empresa Domo Selladores / Laura Estela Fischer de la Vega -- Impacto y retos en el marco del mercado businnes to businnes. Empresa Proquilab Ltda. / Fernando Bello Cardenas y John Alexander Rueda Prieto -- Satisfaccion de clientes de la empresa Psicologia y Desarrollo / Maria de Lourdes Jimenez Calvo, Maria Esther Zavala Ramirez y Diego Demetrio Gaspar Sarabio -- Productos de belleza Ana Maria : una apuesta con responsabilidad social empresarial / Diana Maria Lopez Celis y Monica Eugenia Penalosa Otero -- Calidad y estrategias "La Milpita" : Pyme en

expansion / Adriana Mendez Wong, Patricia del Rosario Cerecedo Nunez y Martha Estela Cordova Zacarias -- Marketing relacional digital de la empresa Pesquera Jaramillo Ltda. / Yenny Katherine Parra Acosta, Carlos Alberto Almanza Junco y Diego Orlando Aponte Chirivi -- Cafe Europa, una exitosa Pyme de Morelia, ciudad con aroma a cafe / Flor Madrigal Moreno, Alberto Cortes Hernandez y Salvador Madrigal Moreno -- El apalancamiento financiero y la estrategia de venta. Caso mexicano : Intem / Grace Aileen Ruiz Santoyo, Berenice Juarez Lopez y Liliana Ramirez Navarro -- Sistemas FW. Una empresa frente a la COVID-19. / Jorge Angel Espejo Callado.

---

#### Sommario/riassunto

Uno de los objetivos de la casuística, como pieza fundamental del sistema de enseñanza es educar con el fin de promover la integración de conocimientos de diferentes áreas para que, quienes se formen bajo esta metodología, generen competencias y habilidades directivas, basadas en contextos reales para la toma de decisiones. Este libro, Estrategias de mercadotecnia aplicadas a las Pymes de México y Colombia, contiene 14 casos empresariales de pymes de México y de Colombia, que representa en sí mismo una valiosa herramienta de la mercadotecnia, dado que cada una de las empresas abordadas describe el desempeño de estas, de acuerdo con el análisis del comportamiento de los mercados y de sus consumidores. Es por ello que cada caso es un problema real, en una empresa real, en un contexto real, y fueron elaborados con la finalidad de generar, en el estudiante o del lector interesado en estos casos, un escenario para el análisis y la toma de decisiones estratégicas de mercadotecnia, pero que conlleven a la posible solución de las problemáticas empresariales.

---