

**UNIVERSIDAD VALLE DE
MÉXICO.**

Mercadotecnia.

Claudia Rosete del Moral.

Proyecto integrador etapa 1.

“Helados Holanda (Unilever)”

UVM Lomas Verdes.

García Ortega Kiara Ximena.

INTRODUCCION.

En este proyecto retomaremos la investigación sobre las características de micro y macroentorno de la empresa Helados Holanda es una empresa del sector de alimentos a nivel mundial, también de los parámetros fundamentales de un sistema de información de mercadotecnia- SIM y su utilidad para la empresa de helados Holanda. Los avances tecnológicos y lo que ha aportado al mundo y el mercado en el que labora.

MACROENTORNO DE HELADOS HOLANDA.

Entorno económico: La organización Holanda tiene costos accesibles a sus productos gracias a la inflación debido a que no es un producto de la canasta elemental.

Entorno político: La empresa Holanda tuvo un inconveniente con Coperfris en el 20114 acerca de leyes en cuando al control de obesidad, pero hoy la empresa se encargo de controlar ese tema en poner los rombos de exceso.

Entorno sociales-culturales: Los valores de la cultura mexicana se ven reflejados y todas las personas mexicanas tiene acceso de comprar este producto.

Entornos ambientales: Tiene el Plan de Vida Sustentable para reducir la huella ambiental. También tienen el conjunto de mantener los productos Holanda a la temperatura correcta, cumplen con las reglas locales y mundiales de estabilidad y ecología que pide México.

Entornos tecnológicos: Busca tecnología para mejorar, distribuir sus productos y En Helados Holanda ocupan tecnología de punta para producir los helados con alta calidad y ofrecer el mejor servicio a los clientes.

MICROENTORNO DE HOLANDA.

La empresa helados Holanda su origen en México fue en 1957 cuando el señor Francisco Alatorre instalo un puesto en el jardín del Buen Tono.

El microentorno que tiene la empresa Holanda se basa de muchos aspectos, pero su recorrido de distribución es muy complejo ya que tiene que ir a distribuir sus productos de nevería a las sucursales que le piden, Holanda tiene 10 marcas, cuenta con 10 00 congeladores con los que cuenta, pero cuenta con 93 productos.

-Sus clientes son tiendas (Walmart, Superama, Soriana, Sam's y tiendas de abarrotes) heladerías Holanda, clientes directos.

-Sus proveedores son las personas que le suministran a la organización de helados Holanda que es: agua, leche, azúcar hasta aquellos que proveen los empaques para el producto.

-Intermediarios: Tienen puntos de ventas en plazas, y los más cercanos para los consumidores son las tiendas a detalle, ahí fácilmente puedes adquirir el producto que tu desees eso otorga la satisfacción de los clientes.

-Áreas de la empresa: la línea de producción que maneja Holanda es de consumo gastronómico para poder satisfacer a diferentes personas con el sabor,

-Competencia: Las competencias que tiene helados Holanda es Nestle, la michoacana, santa clara, dq y ben y jerry's.

Públicos: El sector que compra es el de niños, amas de casa, jóvenes y adultos.

Parámetros fundamentales de un Sistema de Información de Mercadotecnia.

La SIM a ayudado a la empresa de helados Holanda en obtener la información del mercado, de ahí tomar una decisión y luego tener mejoras como en el aspecto que Holanda le sirvió ya que con esto se pudo guiar y obtener más marcas que antes tenía, también a conocido el comportamiento de los consumidores además a podido en ampliar el mercado y distribuir su producto a los centros comerciales.

También Holanda a innovado productos como el helado mordisco antes solo era un sándwich, pero como vio que la mayoría de la gente compra este producto entonces tomo la decisión de hacer un bote de helado de mordisco y hoy en los mercados si se compra este nuevo producto, como el producto de la paleta solero mousse de limón la tuvieron que quitar del mercado ya que algunas la compraban esta paleta, pero estas personas eran contadas entonces no hubo mucha ganancia en esta paleta.

La utilidad que ocupa este SIM en la empresa es muy importante ya que con este se puede guiar la empresa en ver cuales son los productos más rentables y cuales deben eliminar, así pueden medir el uso de eficiente de sus recursos, rapidez en tomar una decisión de un producto o área, actualización de la base de datos sobre las ganancias y ventas que tienen sus productos.

FUENTES.

Author, W. (2021, 10 septiembre). *So, what's the scoop? A Wall's history*. walls.

<https://www.heladosholanda.com.mx/sobre-nosotros/helados-holanda.html>

Socia del Instituto de e-Marketing México. (2010, 20 noviembre). *Macro y Micro ambiente de la mercadotecnia*. slideshare.

<https://es.slideshare.net/emarketingmexico/macro-y-micro-ambiente-de-la-mercadotecnia>

Analisis Del Microentorno Y Macroentorno En La Empresa De Helados . . . - ID:5c8fffe07c328. (s. f.). BAIXARDOC. Recuperado 15 de septiembre de 2021, de <https://baixardoc.com/documents/analisis-del-microentorno-y-macroentorno-en-la-empresa-de-helados--5c8fffe07c328>