**EMPRESA**:

Una empresa es una unidad **económico-social** integrada por elementos humanos, materiales y técnicos que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Las empresas puedan clasificarse según la **actividad económica** que desarrollan, nos encontramos con **empresas del sector** **primario** (que obtienen los recursos a partir de la naturaleza, como las agrícolas, pesqueras o ganaderas) del **sector secundario** (dedicadas a la transformación de bienes, como las industriales y de la construcción, y del **sector Tercero (**empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio.  
La empresa es un negocio, un conjunto de actividades cuya finalidad es múltiple, desde el punto de vista económico.

**ESTUDIO DE MERCADO:**

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias, etc.). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

**MERCADOTECNIA**.:

**“Dirección de Mercadotecnia”** La mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual, grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”. La mercadotecnia es un sistema total de actividades que incluye un conjunto del mercado mediante los cuales se identifican las necesidades o deseos existentes en el mercado para satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y servicios de valor con los clientes, a cambio de una utilidad o beneficio. La mercadotecnia es realizada por personas y dirigida hacia personas (proceso social) este aspecto es fundamental para no perder de vista la “humanización” de sus distintas actividades.   
**La mercadotecnia promueve el intercambio de productos de valor con sus semejantes: intercambio es el acto en el que alguien obtiene algo (p. eje. Un producto o servicio) entregando alguna cosa a cambio (p. eje. Dinero.)**

**COSTOS DE PRODUCCION:**

Los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien, incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso, se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios, se consideran aquí los pagos a los factores de la producción si capital, constituido por los pagos al empresario (interés, utilidades, etc.) Trabajo, pagos de sueldos, salarios y prestaciones a obreros y empleados así como también los bienes y servicios consumidos en el proceso productivo (materias primas, combustibles, energía eléctrica, servicios, etc.)

Desde el inicio de sus operaciones, la empresa debe efectuar gastos para realizar sus actividades, esto se conocen como costos de producción, la cantidad de recursos usados en la empresa es con base en el volumen de producción los costos de producción son los pagos que el empresario realiza por los factores de producción que participan dentro del proceso productivo.

**PRESUPUESTO:**

Un presupuesto es un plan integrador y coordinador que expresa en términos financieros con respecto a los operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un periodo determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados.

**Es un plan**: esto significa que el presupuesto expresa lo que la administración tratara de realizar.  
**Integrador:** indica que toma en cuenta todas las aéreas y actividades de la empresa dirigido a cada una de las aéreas de forma que contribuya al logro del objetivo global.

**Coordinador:** Significa que los planes para varios de los departamentos de la empresa deben ser preparados conjuntamente y en armonía.

**Operaciones: Uno** de los objetivos primordiales del presupuesto es el de la determinación de los ingresos que se pretenden obtener, así como los gastos que se van a producir, esta información debe elaborarse en la forma más detallada posible.

**Recursos**: No es suficientecon conocer los ingresos y gastos del futuro, la empresa debe planear los recursos necesarios para realizar sus planes de operación, lo cual se logra, con la planeación financiera.

**COMPETITIVIDAD:**

**La competitividad es la capacidad, que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores.** La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido los insumos necesarios para obtenerlo (productividad) y la productividad de los otros oferentes del mercado, el concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.

Por ejemplo, una empresa será muy competitividad si es capaz de obtener una rentabilidad elevada debido a que utiliza técnicas de producción más eficientes que las de sus competidores, que le permiten obtener ya sea mas cantidad o calidad de productos o servicios, o tener costos de producción menores por unidad de producto.

La competitividad de un país estaría determinada por la suma de la competitividad de las firmas de ese país.

**PROYECTO DE INVERSION:**

Es un conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas que intentan cumplir con un específico, se establece un periodo de tiempo y un presupuesto para el cumplimiento de dicho fin, por lo que un proyecto es un plan o programa.

Un proyecto de inversión, por lo tanto es una propuesta de acción que, a partir de la utilización de los recursos disponibles, considera posible obtener ganancias, estos beneficios que no son seguros, pueden ser conseguidos a corto, mediano o largo plazo.   
Todo proyecto de inversión incluye la recolección y la evaluación de los factores que influyen, de manera directa, en la oferta y demanda de un producto, esto se denomina estudio de mercado y determina a que segmento del mercado se enfocara el proyecto y la cantidad de producto que se espera comercializar.  
El proyecto de inversión, en definitiva, es un plan al que se le asigna capital o insumos materiales, humanos y técnicos, su objetivo es generar un rendimiento económico a un determinado plazo.

**DESARROLLO SUSTENTABLE:**

Desarrollo sostenible, término aplicado al **desarrollo económico y social que permite hacer frente a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades.**

Un problema que se presenta cuando se trata de alzar el desarrollo sustentable o sostenible es el de la distribución desigual de los recursos, Algunos de ellos como el agua, el carbón o el petróleo no están distribuidos homogéneamente en todo el planeta, tampoco la intensidad del consumo de estos recursos es homogénea, y existen grandes diferencias entre países e incluso entre habitantes de un mismo país.

El peligro de agotamiento de algunos de los recursos utilizados de forma masiva en la actual sociedad se empieza a considerar posible, debido al enorme crecimiento demográfico y al incremento general de consumo que caracteriza lo que usualmente se entiende por desarrollo.