

UDS

DESARROLLO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

SUPER NOTA

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

CARLOS ENRIQUE CANCINO PINTO

COMITÁN, CHIAPAS A 19 DE JUNIO DEL 2020

# ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

A mind map diagram with a central node 'ASPECTOS MERCADOLÓGICOS' and ten peripheral nodes connected by curved lines. The nodes are: 'investigación de mercados', 'estrategias de mercado', 'producto', 'precio', 'ventas', 'publicidad', 'canales de distribución', 'mercadotecnia internacional', 'estrategias competitivas', and 'recursos humanos'.

```
graph TD; A[ASPECTOS MERCADOLÓGICOS] --- B[investigación de mercados]; A --- C[estrategias de mercado]; A --- D[producto]; A --- E[precio]; A --- F[ventas]; A --- G[publicidad]; A --- H[canales de distribución]; A --- I[mercadotecnia internacional]; A --- J[estrategias competitivas]; A --- K[recursos humanos];
```

investigación de  
mercados

estrategias  
de mercado

producto

precio

ventas

recursos  
humanos

estrategias  
competitivas

mercadotecnia  
internacional

canales de  
distribución

publicidad

## investigación de mercados



técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos.



## estrategias de mercado



### estudio exploratorio:

La finalidad principal del estudio exploratorio es el descubrimiento de ideas y conocimientos

### estudios descriptivos

**o relacionales:** Tiene como finalidad describir las características de ciertos grupos, determinar la frecuencia con que ocurre algo, estimar la relación entre dos o más variables o efectuar predicciones.

### estudios experimentales o

**causales:** es el idóneo para contrastar hipótesis y establecer relaciones de causa-efecto, por el control que proporciona al investigador.

## producto



cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Los productos no solo son bienes tangibles. En una definición amplia, los productos incluyen objetos físicos, servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o mezclas de ellos.

Producto intrínseco

Embalaje o acondicionamiento

Marca

Funcionamiento

precio



intercambio de valores



ventas

acción de vender

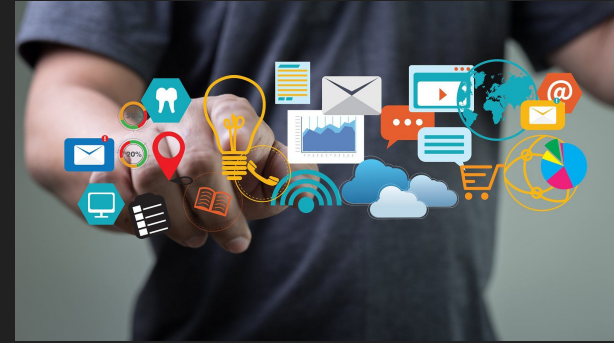
comercio



actividad económica

intercambio

publicidad



Es transmisión de información del vendedor al comprador, cuyo contenido se refiere al producto o la empresa que lo fabrica o vende. Se realiza a través de distintos medios —personales o impersonales— y su fin último es estimular la demanda.



## canales de distribución

Para ir del productor al consumidor, el bien o servicio elaborado debe pasar a través de algún medio. Este medio es el canal de ventas. El término canal sugiere un camino o ruta por el que circula el flujo de productos desde su creación en el origen hasta llegar a su consumo o uso en el destino final.



mercadotecnia internacional

interconexión

interdependencia

globalización

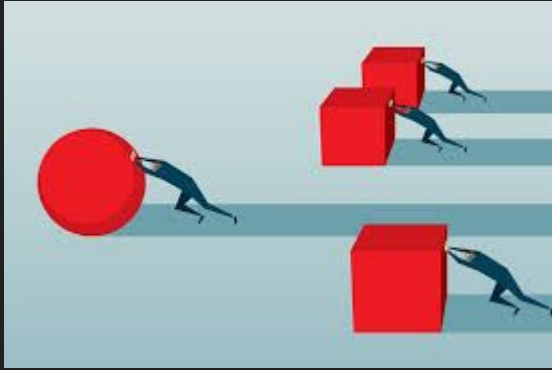
interconexión

flujo de materias  
y personas

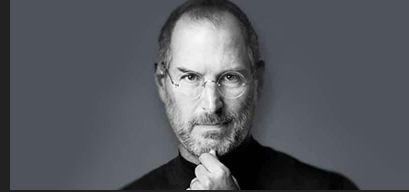
comercio  
transnacional



# estrategias competitivas



recursos humanos



la persona ideal para el puesto ideal



reclutamiento

selección

dotación