



Administración y Estrategia de Negocios

Desarrollo de PYMES

Presenta: Argus Abraham De Los Santos Hernández

# Aspectos Mercadologicos

## LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación comercial aporta al sistema de información los métodos y técnicas adecuados para obtener datos y analizarlos de forma rigurosa.

## PRODUCTO

Definimos un producto como 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.



## Publicidad

La promoción es fundamentalmente comunicación. 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

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.

PRODUCTO

MAYORISTA

FUENTE: ANTOLOGÍA