



**Universidad Del Sureste**

**Lic. Administración y estrategias de negocio**

**Desarrollo de pequeñas y medianas empresas**

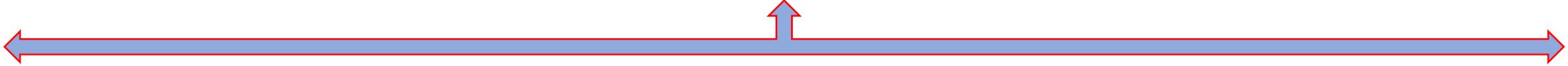
**Alumno: Jonathan Galindo Alfaro**

**“Unidad II”**

**Docente: Myreille Erendira Rodríguez**

**11 de Junio del 2021 Comitán de Domínguez, Chiapas.**

# Unidad II



## Investigación de mercados

Proporciona al sistema de información, la metodología adecuada para obtener los datos que precisa.

Proporcionar los métodos y técnicas adecuados para tratar y analizar los datos obtenidos.

La investigación, por su diseño, puede clasificarse en tres tipos básicos:

- \*D. exploratorios.
- \*D. descriptivos.
- \*D. causales

°La definición de las variables permite hacer operativos y susceptibles de medida los problemas básicos a investigar.

## 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. 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.

Los componentes de un producto pueden ser clasificados de la manera siguiente:

- Producto intrínseco
- Embalaje o acondicionamiento
- Marca
- Funcionamiento

## Precio

Los costos totales son la suma de los costos fijos y variables para cualquier determinado de producción.

- ° Clases de costos;
- \*Costo fijo total.
- \*Costo fijo promedio.
- \*Costo variable total.
- \*Costo variable promedio.
- \*Costo total.
- \*Costo total promedio.
- \*Costo marginal.

La idea del costo puede parecer simple, pero en realidad es un concepto multifacético, en especial para los productores de bienes y servicios.

## Publicidad

La calidad del producto es necesaria para mantener el cliente, pero, por sí sola, no es suficiente para atraer nuevos compradores. Se debe también dar a conocer al mercado la existencia del producto y los beneficios que reporta su uso al consumidor. Es decir, debe promocionarse el producto.

- ° características de los instrumentos de la promoción; \*Venta personal.
- \*Mercadotecnia directa.
- \*Publicidad.
- \*Relaciones públicas.
- \*Promoción de ventas.

## 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.

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre el productor y el consumidor son los intermediarios. En este sentido, el canal de distribución está constituido por todo aquel conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a manos del consumidor o usuario.

## Punto de venta

La localización de los puntos de venta es una decisión de suma importancia y trascendencia. Una adecuada localización del punto de venta contribuye favorablemente a su elección por el comprador. Los factores que determinan la localización de los puntos de venta se pueden clasificar en los dos grupos siguientes: a) Factores que afectan al costo: terrenos, edificios, salarios, transporte, etc. b) Factores que afectan a la demanda: proximidad del mercado, servicios, competidores, etc.

La localización de los puntos de venta es una decisión de suma importancia y trascendencia. Una adecuada localización del punto de venta contribuye favorablemente a su elección por el comprador. Los factores que determinan la localización de los puntos de venta se pueden clasificar en los dos grupos siguientes: a) Factores que afectan al costo: terrenos, edificios, salarios, transporte, etc. b) Factores que afectan a la demanda: proximidad del mercado, servicios, competidores, etc.