



**DANIELA DIAZ LOBOS**

**Nombre del profesor: MYREILLE RODRIGUEZ**

**Nombre del trabajo: MAPA CONCEPTUAL**

**Materia: DESARROLLO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS  
EMPRESAS**

**Grado: NOVENO CUATRIMESTRE**

**PASIÓN POR EDUCAR**

Comitán de Domínguez Chiapas a 10 de junio de 2021.

# ASPECTOS MERCADOLOGICOS

## PRECIO

Costos de un producto. La asignación de precios de un producto también debe considerar su costo.

Un costo fijo, como la renta, los salarios de ejecutivos o el impuesto a la propiedad, se mantiene constante con independencia de cuantos artículos se produzcan.

## PUBLICIDAD

La calidad del producto es necesaria para mantener el cliente, pero, por si sola, no es suficiente para atraer nuevos compradores.

## TIPOS DE INVESTIGACION

- Diseños exploratorios.
- Diseños descriptivos.
- Diseños casuales.

## PRODUCTO

Un producto puede definirse como cualquier cosa, favorable o desfavorable, que una persona recibe un intercambio.

El producto es un conjunto de atributos creados por una empresa u organización con la finalidad de cubrir las necesidades de los consumidores y de esta forma crear demanda.

## INVESTIGACIONES DE MERCADOS

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

## ELEMENTOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS

El termino investigación de mercado utiliza muchas veces como sinónimo de investigación comercial.

## CANALES DE DISTRIBUCION

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

## PROCESOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS

- Diseño de la investigación.
- La obtención de la información.
- El tratamiento y análisis de los datos.
- Interpretación de los resultados.
- Presentaciones de conclusiones.