



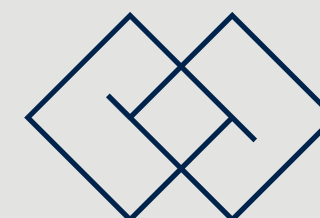
EVALUACIÓN DE PROYECTOS
DE INVERSIÓN

05 DE JUNIO DEL 2023



Unidad II: ESTUDIO DE MERCADO

Comitán de Dominguez, Chiapas



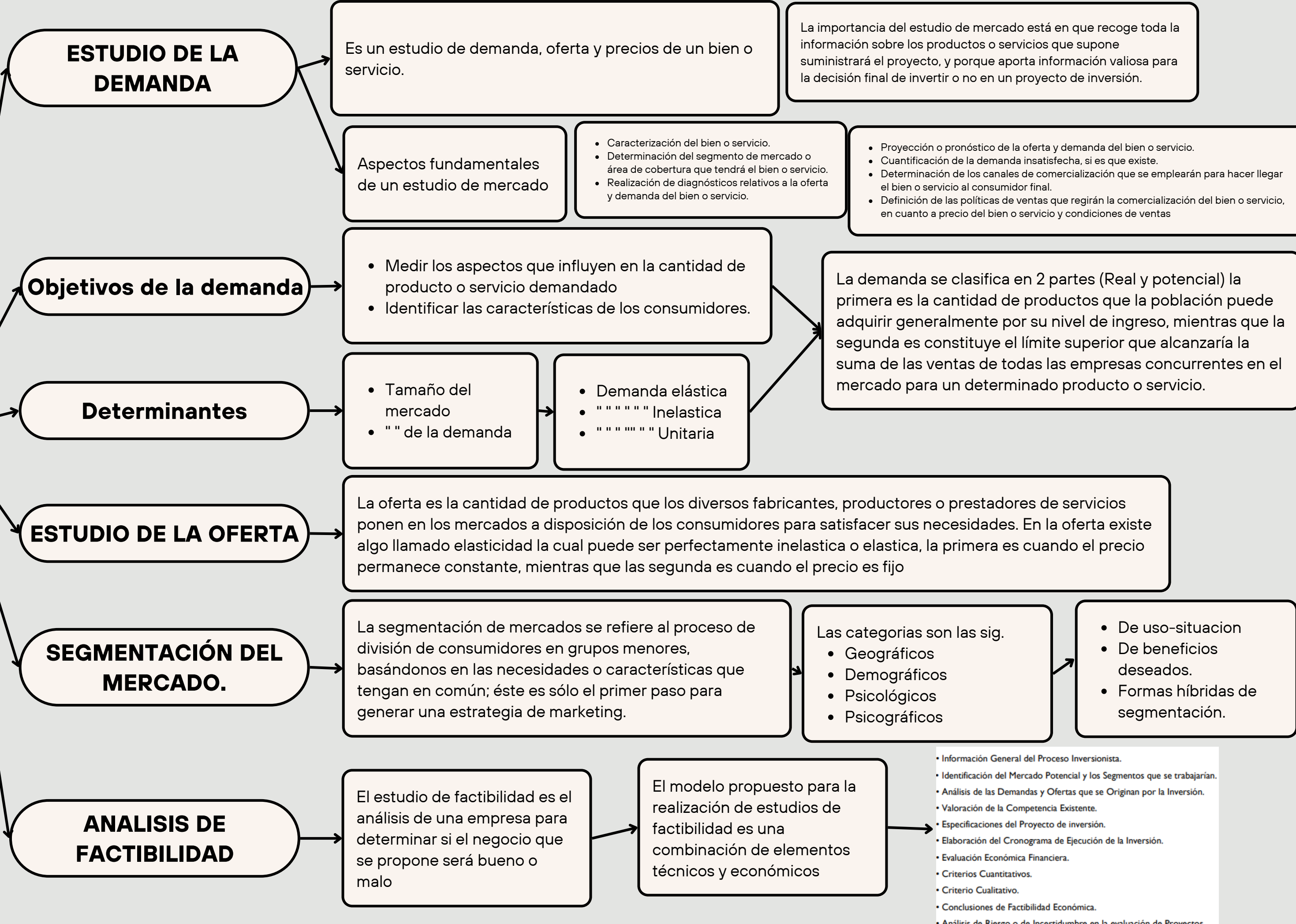
Raúl Montes

Universidad Del Sureste



ESTUDIO DE MERCADO

Unidad II





CARACTERÍSTICAS DE UN PRODUCTO

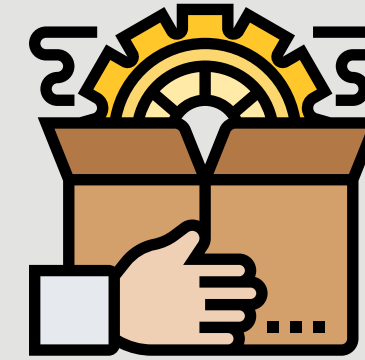
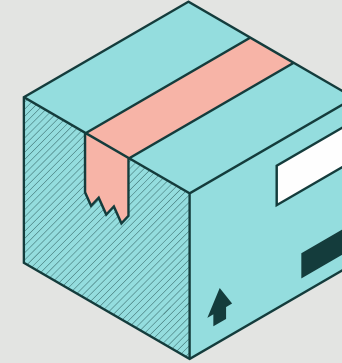


Los productos pueden ser bienes físicos, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, organizaciones, información, ideas, etc. Es un bien que se recibe en un intercambio YA SEA TANGIBLE O INTANGIBLE

Un producto también puede ser una mercancía, un servicio, una idea o una combinación de los tres.

Clasificación

- Consumo final.
- Intermedio.
- De capital.
- **Frecuencia de uso** (Uso frecuente, poco, etc)
- **Durabilidad y tangibilidad** (Duraderos, no duraderos)



DISTRIBUCION DEL PRODUCTOS

Los canales de distribución están constituidos por organizaciones independientes que participan en el proceso de colocar un producto o servicio para su uso o consumo.

Beneficios que otorgan los intermediarios

- Colocan los productos en el sitio y momento oportunos para que sean adquiridos
- Concentran y distribuyen un gran volumen de productos diversificados, a los que transportan a todos los lugares posibles.
- Ahorran distancias y asumen el riesgo del transporte atendiendo a todo tipo de consumidor

Los productos deben estar disponibles en las cantidades necesarias en el lugar correcto y en el momento oportuno para tantos consumidores como sea posible.

TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCION

- Productores-consumidores.
- Productores-minoristas-consumidores.
- Productores-mayoristas-minoristas-consumidores.
- Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores.

Existe una serie de factores que determinan el canal de distribución. Como el o los objetivos de la empresa, el monto que se desea invertir o el mercado a atender

