NUEVAS ESTRATEGIAS Y PERSPECTIVAS DE MARKETING

.Sí, de hecho, las empresas de hoy tratan de hacer todo esto con el mínimo costo de producción y funcional, para asegurar su posición primero en ahorro y no directamente en ingresos muy altos. Hasta ahora tan bueno. La copia es un riesgo, no sólo legal y de Derecho, de “competencia ilícita”. El problema es que generalmente se invierte menos dinero en investigación de nuestros dias, investigación científica en muchos países. Por lo tanto, también estas empresas, en general, obtienen préstamos con intereses altos para sus primeras necesidades iniciales, y generalmente hay muchos menos fabricantes que ya tienen el dinero. La mayoría de ellos tienen la ambición de convertirse en marcas, pero aún solo pocas de ellas lo lograrán. . Así, estas marcas, suelen querer fusionarse por encima de parámetros en cuanto a inversión, marketing y organización empresarial. Debido a la insuficiencia de nuevos tipos de materias primas que salen al mercado, suelen en su mayoría, comprar estas cosas en países en costo bajo, pero como medicamentos con réplicas e imitaciones de productos, para empresas farmacéuticas, y no hablamos de marcas, como Pfizer, Novarties, sí, estas empresas comprarán materiales para la fabricación de sus productos en países de bajo costo, donde también invertirán más. Asi, las empresas de cosmética, harán lo mismo en este proposito. Tratan de abrir una fábrica por ej. en el este o sudeste de Asia, donde el costo de inversión general es más bajo, con otras instalaciones, con trabajadores mal pagados, por ej. 1/3 de los salarios de los trabajadores en el mismo puesto en EE. UU. o en los países desarrollados de Europa, será un muy buen sueldo/salario para puestos de trabajo equivalentes, PERO TAMBIÉN, para todos los otros parámetros, como se indicó antes. En su mayoría, usarán Internet para publicidad, o encontrarán asociaciones en línea, políticas de SEO, bien aplicadas, mediante la contratación de trabajadores independientes, como escritores, redactores publicitarios, etc.