

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

CUADRO SINÓPTICO

CARLOS MANUEL AGUILAR HIDALGO

MERCADO

concepto

Personas con necesidades por satisfacer, dinero que gastar y deseo de gastarlo

Lugar donde operan compradores y vendedores

Tipos de mercado

Mercado total

Es la cantidad de productos que se venden

Penetración de mercado

Es la cantidad de productos que se venden en determinado universo

Crecimiento de mercado

Es el incremento en la cantidad de unidades vendidas de un producto o servicio

Mercado potencial

Es la cantidad de un producto que podría venderse en el futuro

Mercado probable.

Es la parte de un mercado que muestra interés por un producto

Contracción de mercado

Es la reducción de las unidades vendidas de un producto o servicio en un periodo determinado

Mercado disponible

Son aquellos consumidores que tienen una necesidad y cuentan con los recursos

Mercado real.

Son todos aquellos consumidores de un mercado disponible que ya compran

Mercado meta

Son todos los consumidores que pertenecen a un mercado y forman parte del mercado real