



**Nombre de alumno: Carlos Daniel Rodríguez Galindo**

**Nombre del profesor: ALDO IRECTA**

**Nombre del trabajo: CUADRO SINÓPTICO**

**Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

**Grado: 6**

**Grupo: U**

**PASIÓN POR EDUCAR**

Comitán de Domínguez Chiapas a 08 de Mayo de 2020.

# Mercado

## ¿Qué es mercado?

- Se puede definir como un proceso
- Era entendido como un lugar donde se efectúan los procesos de cambio de bienes y servicios, entre demandantes y oferentes — Por el avance de la tecnología los mercados ya no necesitan un espacio físico
- Es un conjunto de consumidores que ejercen una demanda específica sobre la oferta de fabricante — La base del mercado es el intercambio
- Se es posible el intercambio que da el mercado gracias a los intereses de las partes (VENDEDOR Y COMPRADOR)

## Tipos de Mercado

- Mercado total — Es la cantidad de productos que se venden en un mercado sin importar si son de una empresa o de todas las que abastecen el mercado
- 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
- Mercado disponible — Son aquellos consumidores que tienen una necesidad y cuentan con los recursos para adquirir un satisfactor
- Mercado real — Son todos aquellos consumidores de un mercado disponible que ya compran un producto específico
- Mercado meta — Son todos los consumidores que pertenecen a un mercado y forman parte del mercado real, al cual se dirigen todas las acciones de la fuerza comercial del industrial

## Segmentación de Mercado

- Permite comprender mejor las necesidades y deseos de los consumidores y sus respuestas a las ofertas comerciales existentes o a las potenciales
- Si se conocen las necesidades del mercado se pueden diseñar estrategias de mercadotecnia más efectivas, tanto para los consumidores como para la empresa
- Permite identificar fácilmente quiénes son los competidores más inmediatos