

Cuadro sinóptico

MERCADO



NOMBRE: Galilea Espinosa Sánchez

MATERIA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

GRADO: 6to

GRUPO: A

Mercado

- ¿Qué es?
 - Personas con necesidades por satisfacer, dinero que gastar y deseo de gastarlo.
 - Lugar donde operan compradores y vendedores.
 - Agrupamiento de un mismo tipo de productos.
 - Lugar de necesidades heterogéneas.
 - Lugar donde se transfiere la propiedad.
- Tipos
 - ❖ Tamaño. — Los mercados pueden ser grandes, medianos y pequeños
 - ❖ Valor. — Es el número de unidades producidas por el conjunto de empresas fabricantes de un mismo producto o servicio
 - ❖ 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
 - ❖ 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. — Son aquellos consumidores que tienen una necesidad y cuentan con los recursos para adquirir
 - ❖ 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 un producto específico
- Segmentación de mercados — Comprender mejor las necesidades y deseos de los consumidores y sus respuestas a las ofertas comerciales existentes o a las potenciales (*dividir el mercado para conocer sus necesidades*)