



Nombre de la alumna: Angélica Figueroa García

Nombre del profesor: Aldo Irecta

Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico

Materia: Investigación de mercados

Grado: 6to Cuatrimestre

Grupo: Único

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 8 de mayo del 2020.

MERCADO

¿Qué es un mercado?

Definiciones

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 de mercados que existen

Variables que permiten definir el tamaño y composición del mercado

- Tamaño.
- Valor.
- Participación.
- Mercado total.
- Penetración de mercado.

- Crecimiento de mercado.
- Mercado potencial.
- Contracción de mercado.
- Mercado disponible.
- Selección de un mercado.
- Mercado meta, mercado objetivo o target

Grupos de mercado

- Primario.
- Secundario.
- Horizontal.
- Vertical
- Posicionamiento en el mercado

¿Qué es la segmentación de mercado?

Es el proceso de identificar grupos de clientes con necesidades y motivos de compra muy similares, dentro de un mercado relevante

Permite comprender mejor las necesidades y deseos de los consumidores

Beneficios

- Pone de relieve las oportunidades de negocio existentes.
- Contribuye a establecer prioridades

Requisitos

- Los segmentos deben ser fácilmente identificables
- Los segmentos han de ser accesibles.
- Los segmentos deben ser sustanciales.
- Los segmentos han de ser realmente diferentes

Componentes

- 1) Seleccionar las bases para establecer los segmentos.
- 2) Describir el número y el comportamiento de los integrantes del segmento