



## **Nombre de alumno:**

Karla Patricia Cruz Arellano

## **Carrera:**

Trabajo social y gestión comunitaria

## **Nombre de la materia:**

Taller del emprendedor

## **Cuatrimestre:**

Noveno

## **Nombre del docente:**

Nahieli Camas Camaras

# EL MERCADO

Lugar tanto físico como teórico en el que convergen potenciales compradores y vendedores de un rubro específico, para llevar a cabo transacciones comerciales de intercambio de bienes y servicios.

Los mercados se rigen por sus propias reglas económicas y financieras, que inciden en la disponibilidad, la fijación de precios y la frecuencia del intercambio.

Mercados existentes ocupan un lugar central en el ordenamiento social, político y, naturalmente, económico

## CARACTERISTICAS

### DEMANDA

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir.

### OFERTA

La oferta es la cantidad de productos que están disponibles para ser adquiridos, en un determinado momento.

### INTERMEDIARIOS

En la actualidad la mayoría de las mercaderías ya no son tratadas directamente entre el productor y el comprador como en la antigüedad, sino que pasan a través de diversos intermediarios antes de llegar al consumidor final.

## OBJETIVOS

Incluyen aumentar el conocimiento, clientes potenciales o ventas de la empresa.

Los objetivos del mercado objetivo deben ser específicos y cuantificables.

Incluyen el uso cada vez mayor de un código de descuento, el aumento del tráfico hacia una página de aterrizaje o el aumento de las ventas en un sitio de comercio electrónico.