



**Nombre de alumno: Sánchez Moreno
Alondra Jacqueline**

Nombre del profesor: Aldo Irecta Nájera

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

Materia: Investigación de mercados

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 6to cuatrimestre

Grupo: A

UNIDAD 1 MERCADO

¿que es un mercado?

es un conjunto de clientes con unas necesidades que satisfacer, recursos para pagar esas necesidades y deseo de satisfacerlas.

Se puede hablar de

- Mercado potencial: todo agente con intención manifiesta de compra
- Mercado disponible: son los que tienen intención y capacidad de compra
- Mercado objetivo: es aquella parte del mercado disponible que desea para usted

¿los tipos de mercado que existen?

- Mercado de productos de consumo: representa el mercado donde se comercializan productos dirigidos a satisfacer una necesidad de consumo
- Mercado de productos de uso o inversión: se intercambian productos que son usados para cubrir una necesidad, pero luego de cubrirla el bien no se extingue
- Mercado de productos industriales: incluye todos los productos que se usan como insumo o materia prima para poder producir otros bienes o servicios.
- Mercado de servicios: el consumidor no puede adquirir propiedad del bien, ya sea porque sólo compra la prestación del servicio
- Mercados financieros: son un espacio físico o virtual, a través del cual se intercambian activos financieros entre diferentes agente económicos

¿que es la segmentación de mercados?

- Significa: dividir el mercado en grupos más o menos homogéneos de consumidores
 - variables:
 - geograficas
 - demográficas
 - psicográficas
 - conductuales
 - así se pueden elegir los mercados-meta de la empresa
- Beneficios:
 - Permite canalizar recursos y esfuerzos a los segmentos que potencialmente pueden generar mayor rentabilidad
 - Permite diseñar productos que sean compatibles con la demanda del mercado
 - Permite determinar qué actividades de la promoción son más efectivas para cada segmento