

Universidad del Sureste

Nadia Rebeca González Ríos

Gerardo Garduño

Investigación de Mercados

UNIDAD 1: Mercado

Actividad 1

# Investigación de Mercados

## Concepto de Mercado

Sostiene que para alcanzar las metas de la organización se deben definir las necesidades y anhelos de los mercados meta, a los cuales se le deben proporcionar las satisfacciones requeridas con mayor eficiencia y eficacia que la competencia.



## Elementos de Mercado

Producto  
Demanda  
Oferta

## Tipos de Mercado

Mercado de Consumo  
Mercado Industrial  
Mercado del Distribuidor en el Marketing  
mercado de Gobierno  
Mercado Internacional



## Segmentación de Mercados

Divide un Mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas.

## Microentorno

También conocido como entorno específico, entorno de acción directa o entorno de inmediato.

Aspectos o elementos relacionados en forma permanente con la empresa y que influyen en las operaciones diarias como en los resultados



## Macroentorno

Conjunto de de condiciones externas que afectan positiva o negativamente al desarrollo de una empresa.

Estos elementos se consideran incontrolables y tienen un impacto en el rendimiento global de la empresa.