

# **ENSAYO**

## **INVESTIGACION DE MERCADOS**

Icel Bernardo Lepe Arriaga

### **PRESENTA EL ALUMNO:**

**Alejandro Pat Rodríguez**

### **GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:**

**6° Administración de Empresas**

**Frontera Comalapa, Chiapas**

**Mayo, 2022**

## MERCADO

Tradicionalmente el mercado era entendido como un lugar donde se efectúan los procesos de cambio de bienes y servicios, entre demandantes y oferentes. El mercado es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del intercambio. Es por eso por lo que en este ensayo abordaremos puntos importantes sobre lo que engloba al mercado.

Los mercados pueden ser grandes, medianos y pequeños; sin embargo, hay otras perspectivas, entre ellas la que los clasifica de acuerdo con la superficie en la que se desenvuelven, con la cantidad de productos que desplazan o de acuerdo con el público objetivo que acude a ellos.

Para que el mercado opere se necesita alguien que compre y alguien que venda y estas dos partes son las que forman el mercado:

\*El comprador es la persona que actúa en un mercado con la intención de adquirir un bien o servicio a cambio de dar otro bien (si es por trueque) o pagando una cantidad de dinero (si es por intercambio indirecto). Es decir que cuando alguien compra, esta persona considera que el bien que está recibiendo vale más que el bien o el precio que está entregando. Además, a los compradores en el mercado los llamamos los demandantes maximizan su utilidad cuando compran a precios baratos

\*El vendedor por su parte es el sujeto que está dispuesto a entregar un bien por otro (cambio por trueque), o a cambio de una cantidad de dinero (cambio indirecto). Por una parte, el que vende considera que el bien o el dinero que está recibiendo, tiene más valor que el bien o servicio que ofrece.

De manera que los vendedores, son conocidos en el mercado como los oferentes y todo oferente maximiza su utilidad cuando logra vender a los precios más altos dentro del mercado.

Los principales mercados pueden clasificarse en mercado de bienes y servicios y mercado de factores de producción. Por consiguiente:

\*El mercado de bienes y servicios es donde se compran distintos tipos de bienes y servicios que se producen en el mercado. Por eso, los oferentes o vendedores en este mercado son las empresas que realizan la actividad de la producción de estos productos y luego los ofrecen en el mercado, colocándoles un precio.

Por otra parte, los demandantes por lo general son las personas y familias que necesitan esos bienes y servicios para su consumo, pero también son demandantes las instituciones y empresas que necesitan esos bienes y servicios para su consumo, comercialización o para ser usados como un insumo en un proceso de producción posterior.

\*El mercado de factores de producción se intercambian los factores productivos como las materias primas, el capital y el trabajo. Luego, estos factores son combinados por las empresas para poder efectuar sus labores productivas.

La penetración de mercado es la cantidad de productos que se venden en determinado universo, es decir, a una cantidad de consumidores de una zona determinada, que usan un producto o servicio en un periodo. La segmentación del mercado permite, en términos generales, comprender mejor las necesidades y deseos de los consumidores y sus respuestas a las ofertas comerciales existentes o a las potenciales. Si se conocen las necesidades del mercado se pueden diseñar estrategias de mercadotecnia más efectivas, tanto para los consumidores como para la empresa, por lo que:

\*Los segmentos deben ser fácilmente identificables y su potencial de compra debe ser medible.

\*Los segmentos han de ser accesibles.

\*Los segmentos deben ser sustanciales; lo que implica que sean lo suficientemente grandes para ser rentables.

Existen diversos procedimientos para segmentar mercados, que varían según se trate de formar grupos predeterminados (por ejemplo, grandes, medianos y pequeños usuarios; clientes habituales o esporádicos, etc.), lo que da lugar a una segmentación, ya mencionada anteriormente, o según se pretenda conseguir una segmentación óptima, es decir, que explique del mejor modo posible un determinado comportamiento.

En el presente trabajo se han presentado las variantes sobre El Mercado, su Clasificación y su importancia en la economía, esto nos otorga las bases para resaltar los aspectos más importantes dentro del mercado. Es así como podemos deducir que el mercado son las instituciones u organizaciones sociales a través del cual los ofertantes (productores, vendedores) y demandantes (consumidores, compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

**LIBRO UDS. S/F. Investigación de mercados. Recuperado de**  
[2fdfb2b5f067e7c521fc159b6f69de5a-LC-LAE602.pdf \(plataformaeducativauds.com.mx\)](https://plataformaeducativauds.com.mx/2fdfb2b5f067e7c521fc159b6f69de5a-LC-LAE602.pdf)