



Nombre del Alumno

Yessica Ibet Vazquez Flores

Nombre del tema

Súper nota

Nombre de la Materia

Investigación de mercados

Nombre del profesor

Lucero del Carmen García Hernández

Nombre de la Licenciatura

Administración y estrategia de negocios

Cuatrimestre

6° cuatrimestre

Comitán de Domínguez a 22 de mayo de 2023

MERCADO

Hay mercado mientras haya intenciones de comprar y de vender; y los participantes estén de acuerdo en efectuar los intercambios, a un precio acordado.

Fruit Market



Oferta

La cantidad de un satisfactor que los fabricantes están dispuestos

Consumidor

Persona con necesidades que satisfacer.

Demanda

Una necesidad apoyada en el poder de compra.

Elementos de mercado

Tipos de mercado

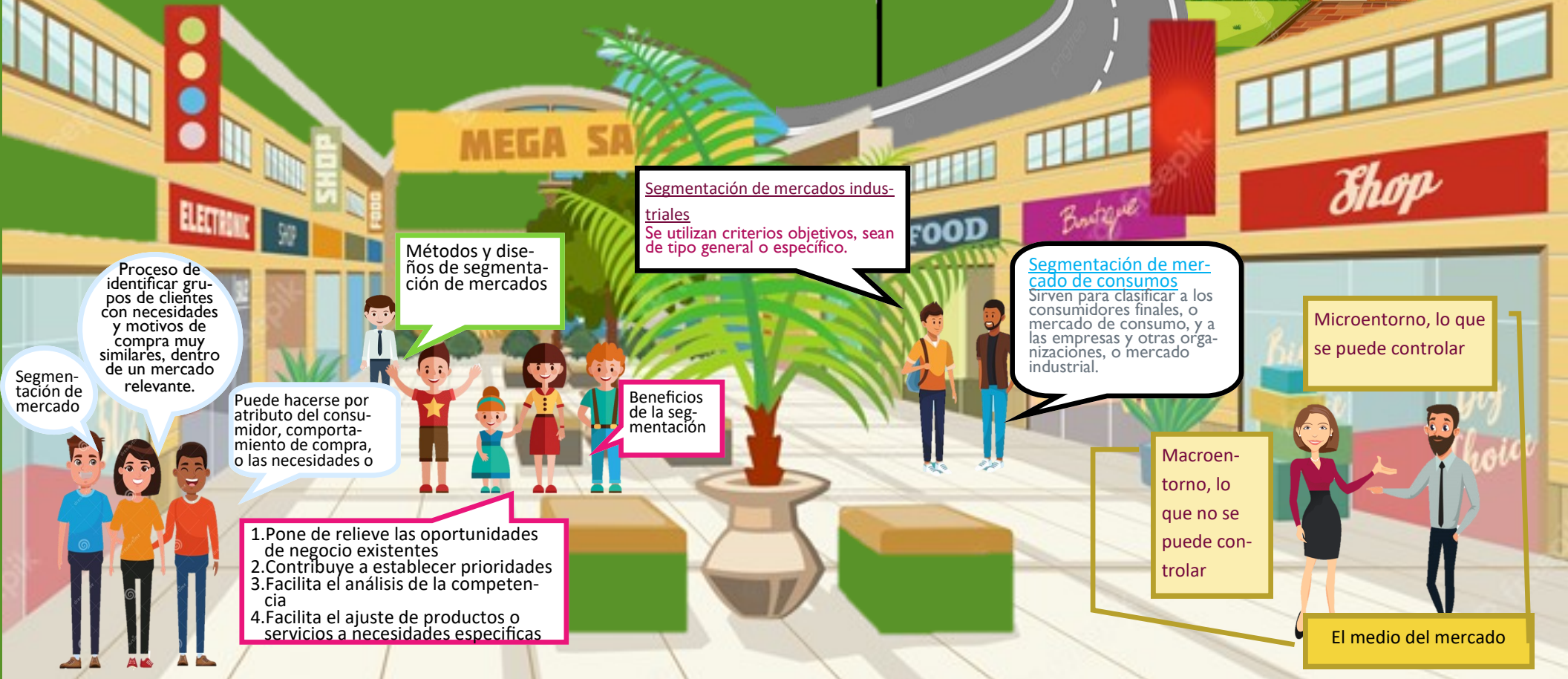
Tamaño:
◆ Pequeña
◆ Mediana
◆ Grande



Mercado de factores
◆ Materias primas
◆ Financieros
◆ Laboral



Mercado de bienes y servicios



Segmentación de mercados industriales
Se utilizan criterios objetivos, sean de tipo general o específico.

Segmentación de mercado de consumos
Sirven para clasificar a los consumidores finales, o mercado de consumo, y a las empresas y otras organizaciones, o mercado industrial.

Microentorno, lo que se puede controlar

Macroentorno, lo que no se puede controlar

El medio del mercado

Proceso de identificar grupos de clientes con necesidades y motivos de compra muy similares, dentro de un mercado relevante.

Métodos y diseños de segmentación de mercados

Puede hacerse por atributo del consumidor, comportamiento de compra, o las necesidades o

Beneficios de la segmentación

1. Pone de relieve las oportunidades de negocio existentes
2. Contribuye a establecer prioridades
3. Facilita el análisis de la competencia
4. Facilita el ajuste de productos o servicios a necesidades específicas

Segmentación de mercado