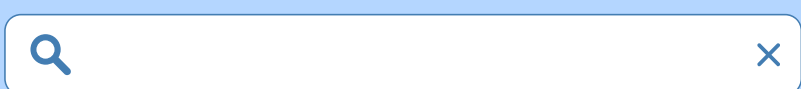


MERCADO



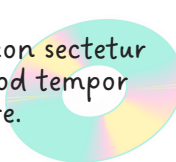
ES LA EXISTENCIA DE INTENCIONES DE COMPRAR Y DE VENDER, Y LOS PARTICIPANTES ESTEN DE ACUERDO EN EFECTUAR LOS INTERVALOS A UN PRECIO JUSTO Y ACORDE



ELEMENTOS DEL MERCADO

- consumidor
- demanda
- oferta
- Cifras del mercado

Lorem ipsum dolor sit amet, con sectetur adipi scing elit, sed do eius mod tempor inci didunt ut labore et dolore.



TIPOS DE MERCADO

POR SU TAMAÑO:
PEQUEÑO, MEDIANO Y GRANDE

POR SU PRODUCCION:
MATERIA PRIMA, CAPITAL Y TRABAJO

POR CAPITAL: CORTO Y LARGO PLAZO

LABORAL
POR INDIVIDUOS Y FAMILIAS

BIENES Y SERVICIOS: SE OFERTAN BIENES Y SERVICIOS EN EL MERCADO

POR SU POTENCIAL:
ES LA CANTIDAD DE UN PRODUCTO QUE PODRIA VENDERSE EN UN FUTURO

PROBABLE: ES LA PARTE DE UN MERCADO QUE DEMUESTRA INTERES EN UN PROCESO

SEGMENTACION DE MERCADO

consiste en dividir un mercado en distintos subgrupos de clientes o compradores para identificar y satisfacer mejor las necesidades de los consumidores, se divide al público de una marca o negocio en grupos mas pequeños que se identifican por ciertas características que comparten entre si.

CRITERIOS DE SEGMENTACION


CONDUCTUAL
se divide el mercado según actitud, fidelidad, ocasión, frecuencia, necesidades y beneficios,

DEMOGRAFICOS
se divide por genero y edad

PSICOGRAFIA
se divide según sus características psicológicas y de personalidad, estilo de vida o valores

GEOGRAFICAS
se divide en diferentes áreas

SOCIOECONOMICOS
se divide según el nivel de renta y educación.





BENEFICIOS DE LA SEGMENTACIÓN

Permite comprender mejor las necesidades y deseos de los consumidores si se conocen las necesidades del mercado se pueden diseñar estrategias de mercadotecnia mas efectivas

BENEFICIOS

- PONE DE RELIEVE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EXISTENTES
- CONTRIBUYE A ESTABLECER PRIORIDADES
- FACILITA EL ANALISIS DE LA COMPETENCIA
- FACILITA EL AJUSTE DE LAS OFERTAS
- LA SEGMENTACION PERMITE UNA MEJOR ADECUACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS Y DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES

