



Cuadro sinóptico

Nombre del Alumno: Alexa Gabriela Rodríguez Galindo

Nombre del tema: Segmentación del consumidor

Parcial: 2ª unidad

Nombre de la Materia: Comportamiento del consumidor

Nombre del profesor: Luis Eduardo López

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios

Cuatrimestre: 5ª

Tipos de Mercado.

Según el producto.

De bienes perecederos.

Se refieren a los artículos que tienen un ciclo de vida corto, porque después pierden utilidad luego de ser consumidos.

De bienes duraderos.

Son aquellos que resisten el paso del tiempo y soportan de mejor forma las condiciones ambientales.

De bienes industriales.

Es el que comercializa un determinado producto o que utilizan las empresas para la elaboración de otros bienes.

De servicios.

Engloba bienes de naturaleza intangible, es decir que no se compran, sino se prestan a instituciones o personas para un beneficio presente o futuro.

Según el área geográfica

Mercado local.

Se refiere que el consumidor final del producto está cercano al lugar donde se produce o se obtiene.

Mercado regional.

Significa que los productos o servicios creados se distribuyen a áreas geográficas más alejadas, como a otros estados o provincias.

Mercado nacional.

Es el que lleva a cabo toda la dinámica de distribución de productos en el área geográfica de un país.

Mercado internacional.

Es el que tiene lugar cuando una empresa asentada en un país extiende su actividad económica más allá de sus fronteras.

Mercado global.

Es un sistema que se basa en acuerdos financieros, económicos, políticos, a través de un intercambio de bienes y servicios y movilidad de mano de obra entre diferentes países, respaldados por leyes que rijan la división internacional de trabajo.

Según el comprador.

Mercado de consumidores.

Es una de las formas fundamentales del mercado y se caracteriza por estar orientada a satisfacer las necesidades de bienes y servicios a ciudadanos, comunes grupos sociales o familia.

Mercado industrial.

Se refiere a aquellos que se utilizan para producir otros bienes, tales como mercado de materias primas y productos manufacturados.

Mercado de revendedores.

Es una forma de comercializar productos que utilizan cierto tipo de empresas, el cual se caracteriza por adquirir bienes y servicios para revender a precios superiores.

Mercado institucional.

Es un mercado de consumo compuesto por compradores que adquieren bienes y servicios en grandes cantidades, en ocasiones intangibles para instituciones.