



Nombre del Alumno: Juan Antonio Espinosa Hernández

Nombre del tema: Cuadro Sinóptico

Parcial: 3

Nombre de la Materia: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

*Nombre del profesor: **Luis Eduardo López morales***

Nombre de la Licenciatura: administración y estrategias de negocios

*Cuatrimestre: **5***

Tipos de mercado

Según el producto

Mercado de bienes perecederos.

Los bienes perecederos se refieren a los artículos que tiene ciclo de vida corto porque pierden utilidad luego de ser consumidos como, por ejemplo, productos alimenticios, medicamentos o combustible.

Mercado de bienes duraderos

Son aquellos que resisten el pasar el tiempo y soportan de mejor forma las condiciones ambientales. Entre estos podemos mencionar los alimentos enlatados y envasados, ropa, automóviles, entre otros.

Mercado de bienes industriales

Es el que comercializa un determinado producto que utilizan las empresas para la elaboración de otros bienes. Este renglón está conformado por las compañías manufactureras y los proveedores de insumos o servicios que se necesitan para fabricar productos.

Mercado de servicios

El mercado de servicios engloba bienes de naturaleza intangible, es decir, que no se compran, si no que se prestan a instituciones o personas para un beneficio presente o futuro. En este sector entran servicios como educación, sanidad, lavandería, transporte, justicia, entre otros.

Según el área geográfica:

Mercado local

Se refiere a que el consumidor final del producto este cerno al lugar donde se produce o se obtiene.

Mercado regional

Significa que los productos o servicios creados se distribuye a áreas geográficas más alejadas, como otros estados o provincias. Esto posibilita acceder a mayor número de consumidores, lo cual permite mejorar la comercialización de los productos y servicios.

Mercado nacional

Es el que lleva a cabo toda la dinámica de distribución de productos en el área geográfica de un país, permitiendo la colocación de mercancías o servicios en cualquier lugar del mismo.

Mercado internacional

Tiene lugar cuando una empresa asentada en un país extiende su actividad económica más allá de sus fronteras. El mercado internacional engloba a las empresas multinacionales o tran nacionales que atiende posibles compradores ubicados en cualquier país.

Mercado global

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

