



**Nombre del alumno:**

**Karla Susana Almaraz Santiz.**

**Nombre del profesor:**

**Lic. Alejandro Aguilar Morales.**

**Nombre del trabajo:**

**Súper Nota.**

**Materia:**

**Comportamiento del  
Consumidor.**

**Cuatrimestre: 5to.**

**Bibliografía:**

**LC-LAN506.**

**Administración y Estrategia de  
Negocios.**

**Fecha: 16/02/2025.**

# SEGMENTACIÓN DEL CONSUMIDOR

## COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

### 2.1 CONCEPTO DE MERCADO

El término mercado varía según el contexto en el que se utilice:

Económico: Espacio donde oferentes y demandantes fijan precios.

Mercadotecnia: Conjunto de consumidores reales y potenciales de un producto o servicio.



### ELEMENTOS ESENCIALES DEL MERCADO:

- Personas con necesidades y deseos.
- Productos que satisfacen esas necesidades.
- Intermediarios que ofrecen los productos a cambio de una remuneración.



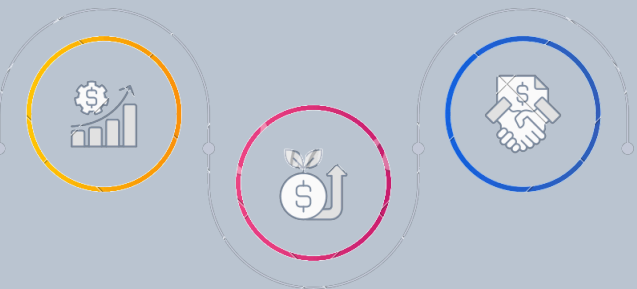
### 2.2 TIPOS DE MERCADO

Se dividen en:  
Según la ubicación geográfica  
Según el tipo de consumidor



#### Ejemplos de mercados según su función:

- Mercado de dinero: Préstamos e inversiones.
- Mercado de turismo: Servicios turísticos nacionales e internacionales.
- Mercado de capitales: Compra de bienes con plusvalía.



#### TIPOS DE MERCADO SEGÚN EL CONSUMIDOR:

- **Mercado del consumidor:** Compra de bienes para uso personal, no con fines de lucro.
- **Mi Mercado industrial:** Empresas que adquieren productos para producir otros bienes.
- **Mercado del revendedor:** Compra y venta sin transformación del producto.
- **Mercado de gobierno:** Instituciones públicas que adquieren bienes y servicios para funciones sociales.
- **Mercado internacional:** Expansión de productos a otros países.

