

# UDS

**NOMBRE DE ALUMNO: ITZEL ABIGAIL TLAMANI LOPEZ**

**NOMBRE DEL PROFESOR: ALEJANDRO AGUILAR**

**NOMBRE DEL TRABAJO: SUPER NOTA**

**MATERIA: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

**GRADO: 5TO CUATRIMESTRE**

**GRUPO: LAN**

# DIRECCIÓN Y GESTIÓN EN LA EMPRESA FAMILIAR

## 2.1 Concepto de mercado.

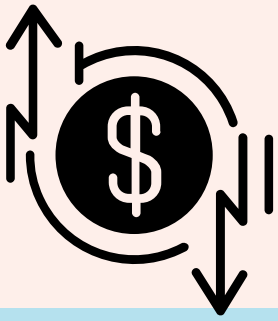
En la práctica, se conocen diferentes definiciones de mercado; éstas varían de acuerdo con el área de conocimiento en que se utiliza el concepto y a los criterios de los autores que han tenido la preocupación de buscar una definición adecuada para el mismo. Es común encontrar que cada persona define mercado como mejor le parece o le conviene: cuando un accionista habla acerca de éste se refiere al mercado de valores o de capital; para un ama de casa es el lugar donde compra los productos que necesita; desde el punto de vista de la economía, madre de la mercadotecnia, es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes y es ahí donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda.



Para efectos de la mercadotecnia, un mercado está conformado por los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio; para completar esta definición deben existir tres elementos:

- Uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.
- Un producto que pueda satisfacer esas necesidades.
- Personas que ponen los productos a disposición de los individuos con necesidades a cambio de una remuneración.

## 2.2.- Tipos de mercado.



**Mercado de dinero.** En él hay una interrelación entre una persona que necesita dinero para invertirlo y otra que, al tener un excedente de dinero, lo invierte para incrementarlo.

**Mercado de turismo.** Formado por personas nacionales y extranjeras que requieren un servicio turístico y que pueden adquirir toda clase de productos en el territorio nacional.



**Mercado de capitales o de bienes de capital.** En él la gente compra algo para darle valor a medida que pasa el tiempo, es decir, le agrega un valor por la plusvalía que adquiere el bien conforme transcurre el tiempo.

**Mercado de capitales o de bienes de capital.** En él la gente compra algo para darle valor a medida que pasa el tiempo, es decir, le agrega un valor por la plusvalía que adquiere el bien conforme transcurre el tiempo.



## Hablamos de los tipos de mercado desde el punto de vista del cliente o consumidor, y son :

**MERCADO DEL CONSUMIDOR:** En el mercado del consumidor los bienes y servicios son rentados o comprados por individuos para su uso personal, no para ser comercializados. El mercado del consumidor es el más amplio que existe en la República Mexicana; actualmente lo componen más de 100 millones de individuos.



**MERCADO DEL PRODUCTOR O INDUSTRIAL:** El mercado del productor o industrial está formado por individuos y organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios; dichas adquisiciones están orientadas hacia un fin posterior.

**MERCADO DE GOBIERNO:** El mercado de gobierno está formado por las instituciones pertenecientes a éste o al sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus funciones principales.



**MERCADO DEL REVENDEDOR:** El mercado del revendedor está conformado por individuos y organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios a otros; a este mercado se le llama también de distribuidores o comercial y está conformado por mayoristas, minoristas, agentes, corredores, etcétera.

**MERCADO INTERNACIONAL:** Todos los seres humanos tienen deseos y necesidades por satisfacer al mínimo costo; esto provoca que las organizaciones de un país deseen ampliar sus fronteras, es decir, estudien la posibilidad de colocar sus productos en otros países.