

SEGMENTACIÓN DEL CONSUMIDOR

2.1) CONCEPTO DE MERCADO.

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.

2.1) 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:

OBJECTIVES

- 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.

Existen dos grandes grupos de los tipos de mercado. EL primero es el mercado desde el punto de vista geográfico, y el segundo el mercado desde el punto de vista del consumidor.

1) 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

2) MERCADO DE TURISMO.

El turismo extranjero que llega a la República Mexicana es una importante fuente de divisas; en este mercado se manifiesta un incremento en diferentes épocas del año, es decir, los servicios de transporte terrestre y aéreo, hoteles, restaurantes, etcétera, tienen más demanda en los meses de vacaciones escolares, Navidad, fin de año y Semana Santa