



NOMBRE

FABRICIO CARRILLO MENDEZ

TAREA

**CUADRO SINOPTICO SOBRE INVESTUGACION DE
MERCADOS**

ASIGNATURA

INVESTIGACION DE MERCADOS

CUATRIMESTRE

6TO CUATRIMESTRE

PROF

ALDO IRECTA

FECHA

15/07/25

INVESTIGACION DE MERCADOS



CONCEPTO DE MERCADO

El concepto de mercado es uno de los más importantes en la historia de las ciencias sociales. La evolución de este concepto ha tenido un profundo impacto en la estructura de las ciencias sociales.
El mercado es un dispositivo social que se autorregula equivale a sostener que la dimensión de lo económico no necesita de la intervención de las demás esferas de la vida social.

TIPOS DE MERCADO (MERCADO TOTAL)

Es la cantidad de productos que se venden en un mercado sin importar si son de una empresa o de todas las que abastecen el mercado.

TIPOS DE MERCADO (PENETRACION DE MERCADO)

Es la cantidad de productos que se venden en determinado universo, es decir, a una cantidad de consumidores de una zona determinada, que usan un producto o servicio en un periodo.

TIPOS DE MERCADO (CRECIMIENTO DEL MERCADO)

Es el incremento en la cantidad de unidades vendidas de un producto o servicio, en determinado tiempo, comparadas contra el periodo anterior, acerca de un producto. Esto se usa mucho en el área de ventas.

TIPOS DE MERCADO (POTENCIAL Y PROBABLE)

Es la cantidad de un producto que podría venderse en el futuro.

Es la parte de un mercado que muestra interés por un producto.

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

La segmentación del mercado. "Es el proceso de identificar grupos de clientes con necesidades y motivos de compra muy similares, dentro de un mercado relevante." Al analizar la demanda primaria, la segmentación del mercado permite centrar el esfuerzo de la mercadotecnia hacia los usuarios de alto consumo y desarrollar ofertas de nuevos productos que se establecerán como objetivo.