

## Definición

### Concepto

En la práctica se conocen diferentes definiciones de mercado.

Cada persona define el concepto de mercado como mejor le parece o la convicción se define con estos tres elementos:

- La presencia de una o varias personas con capacidad y deseos por satisfacer.
- La presencia de un producto que puede satisfacer esas necesidades.
- La presencia de productos que poseen los productos a disposición de las personas con necesidades a cambio de una remuneración.

### Tipos de mercado desde el punto

Mercado Internacional: es aquel que comercializa bienes y servicios en el extranjero.

Mercado Nacional: Es el intercambio de bienes y servicios en todo el territorio nacional.

Merado regional: cubre zonas geográficas determinadas libremente, que no dependen de manera necesaria de los límites políticos.

Merado: de intercambio comercial al margen de aquel que se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al margen de la competencia.

Merado metropolitano: cubre un área dentro y al rededor de una ciudad relativamente grande.

Merado local: puede desarrollarse en una tienda establecida o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.

Tipos de mercado: desde el punto de vista del cliente.

Merado al consumidor.

En este tipo de mercado los bienes y servicios son vendidos o comprados por individuos para su uso personal, no para ser comercializados. Con el transcurso del tipo al mercado del

Consumidor ha sido evolucionando, los  
factores que contribuyen a esto, entre  
otros, son cambios en los hábitos  
de compra, el desarrollo de los  
mercados y las comunicaciones.

Mercedo del productor e industrial  
esta formado por individuos y organizaciones  
que adquieren productos materiales primas  
y servicios para la producción de otros  
bienes y servicios.

En este tipo de mercado, se compran  
grandes volúmenes y se simplifica la  
operación, aun que existen pocos  
compradores en comparación con el  
mercado del consumidor.

Entre mercados se encuentran formados  
por empresas manufactureras, productos  
agrícolas, industria de la construcción,  
Industria extractiva e industrias  
de la transformación.

### Merado de intercambio

Este mercado es formado por individuos o organizaciones que obtienen utilidades al comprar o vender bienes o servicios. Este mercado se denomina también de distribuidores o minoristas y este mercado es por organizaciones, minoristas, agencias, comerciantes.

Se debe de estar continuamente informado de los gustos y necesidades de los consumidores, deben conocer los flujos de suministros, tener habilidades para negociar, conocer los principios de la oferta y la demanda, seleccionar mercancías conocer el control de existencias y la asignación de espacios.

### Merado de Gobierno

Este mercado está formado por las instituciones de gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones.

los cuales son fundamentalmente de tipo social, económico, parlamentarios, empresariales.

Existen muchos quacadores que atienden exclusivamente al mundo del gobierno y entre las inconveniencias que multiplican es el largo tiempo que tarda el gobierno en decir la compra y sobre todo, el que se toma para realizar el pago.

#### Mercado Internacional

Todos los seres humanos tienen deseos y necesidades por satisfacer al mismo costo. Esto provoca que las organizaciones de un país deseen ampliar sus mercados, es decir, estudien la posibilidad de colocar sus productos en otros países.

Los factores que deben tomarse en cuenta para que una organización tenga éxito al vender sus productos internacionalmente

entre y entre las naciones, con que  
cumpla sus necesidades, tanto en  
aspecto de salud, como en sus  
necesidades políticas.

entre las naciones, se quiere alcanzar  
el sistema de relaciones internacionales.

- eliminación de la barrera de la distancia,  
ya que los servicios de comunicaciones  
y transportes son cada vez más eficientes.
- el establecimiento de relaciones favorables  
entre los países y el fácil intercambio  
de divisas.

obtener información de otros países  
es fácil hoy en día, debido a que  
se cuenta con infinidad de instrumentos  
para conocer su medio económico y  
cultural. Existen organismos guberna-  
mentales encargados de orientar,  
facilitar y promover los productos  
nacionales en el extranjero.

## Segmentación de mercados

Proceso de la segmentación de mercados.  
Antes de definir la segmentación de  
mercados conviene hacer referencia a  
las razones para segmentar un mercado  
o a la permeabilidad del mismo.

Es preciso delimitar el mercado,  
ya que dentro de él se presentan  
distintos tipos de consumidores con  
diferentes necesidades y deseos.  
Se pueden afirmar que el  
mercado mexicano es sumamente  
heterogéneo y es necesario agrupar  
a los consumidores que posean  
las mismas características, y como  
todos buscan la misma calidad  
y la cuestión es ¿identificar  
mercados constituidos por  
consumidores con deseos, requisi-  
mientos y necesidades  
similares.

Concepto de segmentación de mercados:  
La segmentación de mercados es el  
proceso mediante el cual se identifica  
o se tiene a un grupo de consumidores  
homogéneos en cuanto se refiere al  
mercado en varios submercados  
de los consumidores.

Condiciones que prevalecen  
en una segmentación de mercados:  
Toda empresa debe conocer la  
exposición y el conocimiento que se  
tenga del mercado, así como la  
potencialidad del mismo, con objeto  
de visualizar los efectos que pueden  
tenerse acerca de las estrategias y la  
segmentación.

Deben realizarse estudios acerca de  
éste para determinar qué parte es  
potencial y dirigirse a ellos con un  
producto específico;

## Estrategia de Segmentación del mercado

Merchandising indiferenciado  
La empresa dirige sus esfuerzos hacia un solo segmento del mercado ni reconoce a los diferentes segmentos del mercado.

Merchandising diferenciado  
Se caracteriza por tratar a cada consumidor como si fuera la única persona en el mercado. La empresa pasa por dos o más segmentos del mercado y diseña programas de merchandising por separado para cada uno de esos segmentos.

Merchandising concentrado  
Este método trata de obtener una buena posición de mercado en pocas áreas, es decir, busca una mayor porción de consumidores en un mercado específico.

Cuando se define la oportunidad  
se estudian siempre y cuando se logren  
los objetivos que se dijo la empresa  
y se obtenga la información deseada

Los problemas que surgen son aquellos  
relacionados con las actividades de la  
situación del país, sobre los  
cuales hay un cambio en los  
datos o cambios debido a la  
crisis económica se puede la  
nación del poder adquisitivo de  
los consumidores, lo que genera  
problemas en la colocación y  
distribución del producto

de las estadísticas para la segmentación  
Hacer una clasificación de datos  
mediante las estadísticas que registra  
la adquisición de un producto específico  
en ciertos y períodos.

Hacer un estudio de mercado aplicando la  
mayoría de los criterios dentro de talo una

14.1

¿Por qué es importante considerar el problema de segmentación?

a) Se obtiene el segmento de necesidad de diferenciación.

En que esta se tiene una estrategia por tener con cada consumidor de la zona que fuese única para ellos con los recursos a la aparición del ambiente moderno y moderno que se obtiene en el bar.

Con su función de personas y horario de atención para miembros de escuela.

Se ve más en ciudad con buena la diversión que se haga en el lugar, con el horario adecuado para ello.

b) Indique cual sería el argumento de  
masa más apropiado con el  
Gobierno de este tipo de leyes.

Exercice Méditerranéenne Internationale

• Por qué?

En este caso lo apropiado  
es hacerlo diferente para  
cada grupo de edad y grupos  
de derechos más de edad.

Consiste que en esta edad  
ya se puede en mayor de derecho  
por parte independiente y puede  
tomar decisiones correctas para  
hacer lo bueno o lo malo.  
Todo adulto sobre cada acto  
tiene su consecuencia  
a diferencia entre los  
menores de edad.

U. 2

A) Determinar qué factores deben considerarse en la nueva segmentación del mercado.

El factor que se determinó es mediana de edad satisfactoria.

Se considera con un transporte pasado de manera que lleva una carga y requiere de responsabilidad es el esfuerzo hacia un solo segmento de mercado con una o más unidades de vehículos para la transportación pasada del mercado de la empresa.

4) Juntos con las mismas marcas se puede  
de una gran segmentación de mercado.

Es el elemento homogéneo  
en lo cual se divide en  
unión subordenados para  
tener a cabo la división  
de transportación que  
determina estructural  
el mercado de  
flotas en momento  
de posibilidad de expansión  
a otras unidades,  
y tener un efecto de  
segmentación, estudios  
con un producto específico.

c) ¿Cuáles serían las ventajas y desventajas al segmentar el mercado?

#### Ventajas

- clasificación más clara acerca del producto que se vende.
- se proporciona un mejor servicio
- se tiene buena imagen, exclusión y categoría

#### Desventajas

- Disminución de utilidades al no manejar correctamente la segmentación.
- Que el producto no se coloque en el lugar ni en el momento adecuado.
- Que no esté bien planeada la segmentación y pueden dejar fuera a muchos clientes.