

Melanie de Pat
bto. Admón.

30/07/21
Tarea #3

Mercado y segmentación de mercados

¿Qué es Mercado?

Varia de acuerdo al área de conocimiento y criterios de los autores.

Se refiere al mercado de valores o de capital según un economista, es un lugar donde se reúnen oferentes y demandantes, y es ahí en donde se determinan los precios de los bienes a través de la oferta y demanda de estos.

Entonces lo podemos definir como la presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos con necesidades, a cambio de una remuneración.

Vamos a hablar y definir dos clases de mercados, los reales: se refiere a las personas que ponen los productos a disposición de los individuos con necesidades, El segundo quienes pueden comprarlo.

Ejemplos de tipos de mercados

mercado de dinero: En donde una pers

Mellanie de Pat
le to. Admon.

30/07/21
Tarea #3

necesita dinero para inventarlo y otra que lo invierte para así incrementarlo.

Mercado de turismo:

Se conforma tanto como personas nacionales así mismo de extranjeras que están con la necesidad de un servicio turístico y pueden adquirir toda clase de productos en el territorio.

Mercado de capitales o de bienes de cap:
Cuando las personas adquieren algo que al cabo del tiempo según pase adquiere un valor por la plusvalía.

Tipos de mercado desde el punto de vista geográfico.

Mercado internacional: Brinda bienes o servicios en el extranjero.

Mercado nacional: Comercializa bienes y servicios en el territorio nacional.

Mercado regional: Cubre ciertas zonas que no coinciden de manera necesaria.

Mellanie de Pat
Lto. Admin

30/07/21
Tarea #3

Mercado de intercambio comercial al
mayoreo: Se desarrolla en donde
las empresas trabajan al mayoreo
dentro de la ciudad.

Mercado metropolitano: Cubre un área
dentro y alrededor de una ciudad.

Mercado local: Se desarrolla en una
tienda establecida en un área
(dentro) metropolitana.

Tipos de mercado desde el punto de
vista del cliente.

Mercado del consumidor: los bienes y
servicios son comprados o rentados
por la persona para su uso
personal sin fines de lucro.

Mercado del productor o industria
Cuando personas compran productos
o materias primas también y real
otros bienes y servicios que tienen
fines de lucro. Muchas de ellas
son productores agrícolas, industria
la construcción.

Mellanie de Paz
cto Admón.

30/07/21
Tarea #3

Mercado del revendedor: Conformada por personas que obtienen ganancias o utilidades al rentar o revender bienes.

Mercado del gobierno: Esta formado por instituciones del sector público del gobierno que adquieren bienes o servicios para poder cumplir sus funciones principales. No persigue un consumo personal ni tampoco el lucro; compra una variedad de productos que considera necesarios.

Mercado internacional: Esto se da ya que todas las personas tienen deseos y necesidades x satisfacer al mínimo costo. Por ello las organizaciones de algún país desean ampliar sus fronteras.

Segmentación de mercados.

Razones de la segmentación de mercados:

Cuando se posee un mercado muy amplio hace imposible que una sola organización cuente con los recursos necesarios para poder proporcionar todos los

Mellancé de Par
lto. Admon.

30/07/21
Tarea #3

bienes y servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores.

Es importante delimitar el mercado, ya que dentro de él se presentan distintos tipos de consumidores con distintas necesidades y deseos.

Algunos mercadólogos prefieren subdividir el mercado total en segmentos pequeños y homogéneos por no poder llegar a todos los consumidores.

Concepto: Es el proceso en el cual se identifica a un grupo de compradores homogéneos, o sea que se divide el mercado en varios submercados o "segmentos" según los distintos deseos de compra de los consumidores.

Proceso:

Se necesita conocer las necesidades del consumidor.

Crear un producto y un programa de marketing para alcanzar ese submercado y satisfacer sus necesidades.

Producir una variedad del mismo producto.

Mellanie de Paz
lto. Admón.

30/07/21
Tarea #3

1. ¿Qué factores sería importante considerar para resolver el problema de segmentación?
Caso #1
Empresa "Sodas Bar Club, S.A."

Factor demográfico y Psicológico

El factor demográfico nos permitra saber más del nivel socioeconómico, edad, género que es importante para saber a que tipo de publico nos vamos a dirigir en cual nos vamos a entrar y como determinar cada horario según edades, según niveles.

El factor Psicológico: Nos permitra ver la personalidad, la percepción del consumidor. Que nos ayudara a saber la reacción del publico, de cierta edad a cierta edad en un horario determinado para cada uno. Y poder asegurarnos de lo que esperan de nosotros.

2. Indique cual sería el segmento de mercado más apropiado para el funcionamiento de este bar. ¿Por qué?

La psuografía: esta más relacionada con el estilo de vida, y ayudara a

Mellanie de Paz C.
6to. Admon

Tarea #3

clasificar a cada grupo, según sus hobbies y demás.

Según la empresa quiero ampliar su segmento de mercado. El "Sodas Bar Club, S.A." puede seguir siendo cafetería de cierta horario (7:00 - 5:00) de la mañana ejé. para jóvenes dentro de 15 y 25 años.

Para las (6:00 - 12:00) puede ser un bar con música en vivo (días especiales o específicos) para mayores de 19 años y así se dirigirá a ambos públicos.

Mellanie de Pat

6to. Admón
30/07/21
Tarea #3

Seguros Protecta Caso #2

1. Determine qué factores deberán considerarse en la nueva segmentación de mercados.

Factor Geográfico: Nos permite saber la diferencia entre las áreas de distribución del producto.

Factor Conductual: Permite ver la frecuencia con la que se usa una marca o producto es decir, la lealtad hacia él. También los hábitos de compra.

2. ¿Cuáles son las razones esenciales, según este caso, para segmentar el mercado?

La pérdida de ingresos porque algunos clientes viven lejos y solo realizan una compra que debido a la distancia es muy difícil llevar y corre el riesgo de no realizar la cobranza.

Se implementará como adicional en caso de solo adquirir un servicio y, estas tendrán que ser tomadas con anticipación (en caso de ser lejos el envío). Si adquiere más el envío será gratis siempre pero con previo depósito y aviso.

Realizar la actividad

3. ¿Cuáles serían las ventajas y desventajas al segmentar el mercado?

desventajas:
los clientes buscarían otras opciones para adquirir los servicios y no nos volverían a recomendar.

Mellanie de Ruz

30 / 07 / 21

Tarea #3

ventajas: Si nuestros clientes tienen lealtad aceptarán las propuestas y ganaremos ya que nuestro análisis financiero elevará para mejor.