

Mercadotecnia

MERCADO: En la práctica se conocen diferentes definiciones de mercado; estas varían de acuerdo al área de conocimiento y a los criterios de los autores en su búsqueda de una definición adecuada. Cada persona define el concepto de mercado como mejor le parece o le conviene: cuando un economista habla de mercado se refiere al mercado de valores o de capital; para un ama de casa, mercado es el lugar donde compra los productos que necesita desde el punto de vista de la economía madre de la mercadotecnia, un mercado es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes y es el mercado donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del

Comportamiento de la demanda.

• Un mercado son los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio. Esta definición se complementa con los siguientes tres elementos.

- Presencia de uno o varios individuos con necesidad y deseo por satisfacer.
- La presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades.
- La presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos con necesidades, a cambio de una remuneración.

DE VISTA GEOGRAFICO.

Las empresas tienen identificado geográficamente su mercado. En la práctica, los mercados se dividen así:

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

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

Mercado Regional: cubre zonas geográficas determinadas libremente que no coinciden de manera necesaria con los límites políticos.

Mercado local: Puede desarrollarse en una tienda establecida en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.

Segmentación de Mercados.

Antes de definir la segmentación de mercado conviene hacer referencia a las razones para segmentar un mercado y a la generalización del mismo.

La segmentación de mercados es el proceso mediante el que se identifica o se toma a un grupo de compradores homogéneos, es decir se divide el mercado en varios submercados o segmentos de acuerdo con los diferentes usos de compra.

y requerimientos de los consumidores. Los elementos de cada submercado son similares en cuanto a preferencias, necesidades y comportamientos por lo anterior tiene que elaborarse un programa de mercadotecnia para cada uno de ellos.

EN UNA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

Como ya se señaló, toda empresa debe considerarse la experiencia 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.

Antes de segmentar un mercado deben realizarse estudios acerca de las estrategias y la segmentación. Antes de segmentar un mercado debe realizarse estudios acerca de éste para determinar qué parte es potencial.

y dirigirse a ella con un producto específico. Probablemente exista algún segmento que no haya cubierto o descubierto por lo que es necesario.

Estrategias de segmentación del mercado.

Hay algo que debe quedar muy claro con la segmentación: cuando se seleccionan.

Como ya se señaló toda empresa debe considerar la experiencia y el conocimiento que se tenga del mercado así como la potencialidad del mismo con objeto de visualizar los efectos que puedan tenerse acerca de las estrategias y la segmentación. Antes de segmentar un mercado deben realizarse estudios de este para determinar que parte es potencial y dirigirse a ella con un producto específico. Probablemente exista algún segmento no haya cubierto o descubierto.

Caso Practico 4.1

a) ¿Que Factores sería importante considerar para resolver el problema de Segmentación?

- Creo que los Factores podrian ser la edad pues en este caso se toma muy en cuenta el ambiente que se trata de crear con bebidas alho alcoholicas donde solo puede aplicar para mayores de edad ya que si no se hace aplicando las leyes estarian cometiendo un delito muy grave, además el horario en que se maneja el bar seria de 21:00 horas en adelante donde solo podrian ir personas que no dependan de una bebida que es mucho más cara que un café a una soda, de esta manera nos podemos dar cuenta de que la persona que quiera consumir las bebidas alcoholicas tiene que tener un poder adquisitivo necesario para poder consumir nuestro producto.

- Otro Factor seria el gusto pues no todos los Jovenes, por más adultos que sean.

gustan de probar alcohol o desean bebidas con alcohol, entonces podemos definir a que personas dirigir nuestro producto y nuestro mercado.

b) Indique cuál sería el segmento de mercado más apropiado para el Funcionamiento de este bar ... ¿Porque?

Los Factores que se deben considerar para realizar una segmentación de mercado consideran a las variables que describen al consumidor y que son más útiles para conocer la forma de comprar y de usar el producto. Este tipo variable definirá a que tipo de segmento puede pertenecer un cliente potencial e indica cuales son los Segmentos que ofrecen mayores oportunidades de éxito. Los Factores de Segmentación que se deben tomar en cuenta de acuerdo a las características personales de los consumidores son: Factores Geográficos.

Caso Practico 4.2

a) ¿Determine qué Factores deberán considerarse en la nueva segmentación de mercado?

Geograficos: Que extienda su seguro a otras ciudades y compañías industriales del país, entidades promotoras de transporte como el metro, taxi, autobús, estaciones de servicio, automoviles particulares maquinaria de infraestructura, empresas que transportan bebidas alcoholicas refrescos y demás alimentos.

b) Cuales son las razones esenciales, según este caso para segmentar el mercado.

* Los beneficiarios serán los indicados en la solicitud de seguro señalando la relación que se tiene y el porcentaje de participación. En caso no haberse determinado los Beneficiarios en la solicitud de seguro, serán los determinados según la ley.

* Pueden asegurarse todas aquellas personas que gocen de un buen estado de salud y se encuentren dentro del rango detallado

en las condiciones Particulares de las Pólizas.

- Te protege en caso que sufras un accidente además te brinda la posibilidad de ayudarte en caso del fallecimiento de madre o padre.

c) Cuales serian las ventajas y desventajas al segmentar el mercado?

- Ventaja: aumentar el mercado, mayores ingresos, aumento de empleo convenios Funerarios, Servicio hospitalario
- desventajas: que surjan varias competencias a su alrededor.