

Características de los Mercados

■ Mercado

“Conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio” (RAE, 2019).

“Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio”. (Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, 2004).

¿Cuál es tu mercado?



■ Mercado

Mercado	¿A quién podría interesarle tu oferta? ¿Quién tiene la necesidad?
Segmento	¿Quién tiene o podría tener el deseo de tu oferta? ¿Quién podría comprarlo? ¿Quién podría preferirlo? ¿Quién te gustaría que lo comprara?
Target (mercado meta)	¿A quién te enfocarás? ¿Por qué? ¿Cómo?
Cliente real	¿Quién te compra ya?
Cliente potencial	¿Quién podría comprarte pero aún no lo hace? ¿Por qué no lo hace?

■ Tipos de mercado



Por su ubicación geográfica

- Locales
- Regionales
- Nacionales
- Internacionales



Por el tipo de cliente

- Mercado de consumo: el comprador es el usuario final
- Mercado industrial: el comprador es otra empresa
- Mercado de revendedores: el comprador es un comercializador
- Mercado gubernamental: el comprador es el gobierno



Por el tipo de producto

- Mercado de bienes o productos tangibles
- Mercado de servicios
- Mercado de ideas
- Mercado de ubicaciones o inmuebles



Mayoristas
○
Minoristas

■ Conoce a tu mercado



LINKDE VIDEO segmento de c.ientes.mp4

<https://www.youtube.com/watch?v=O74hVuoFn7o>

■ Identifica tu mercado y conócelo



Demografía

Ubicación
Género
Edad
Estado civil
Nivel de ingresos
Tipo de trabajo



Psicografía

Estilo de vida
Personalidad
Clase social
Deseos
Tipos de problemas



Conducta

Comportamientos
Actitudes
Amigos
Pasiones



¿Consumidor o comprador?

¿Paga pero no es quien consume?
¿Consume pero no es quien paga?
¿Paga y consume?

■ ¿Cómo saber qué tan grande es tu mercado potencial?

- [INEGI](#) (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Historia)
- [CONAPO](#) (Consejo Nacional de Población)
- Bases de datos de empresas u organizaciones

■ ¿Cómo saber cómo es tu mercado potencial?

- Consulta de estudios previos: [INEGI](#), [CONAPO](#), [AMIPCI](#), [AC NIELSEN](#), etc.
- Estudios de mercado: encuestas, entrevistas, conteos, observaciones, pruebas, etc.



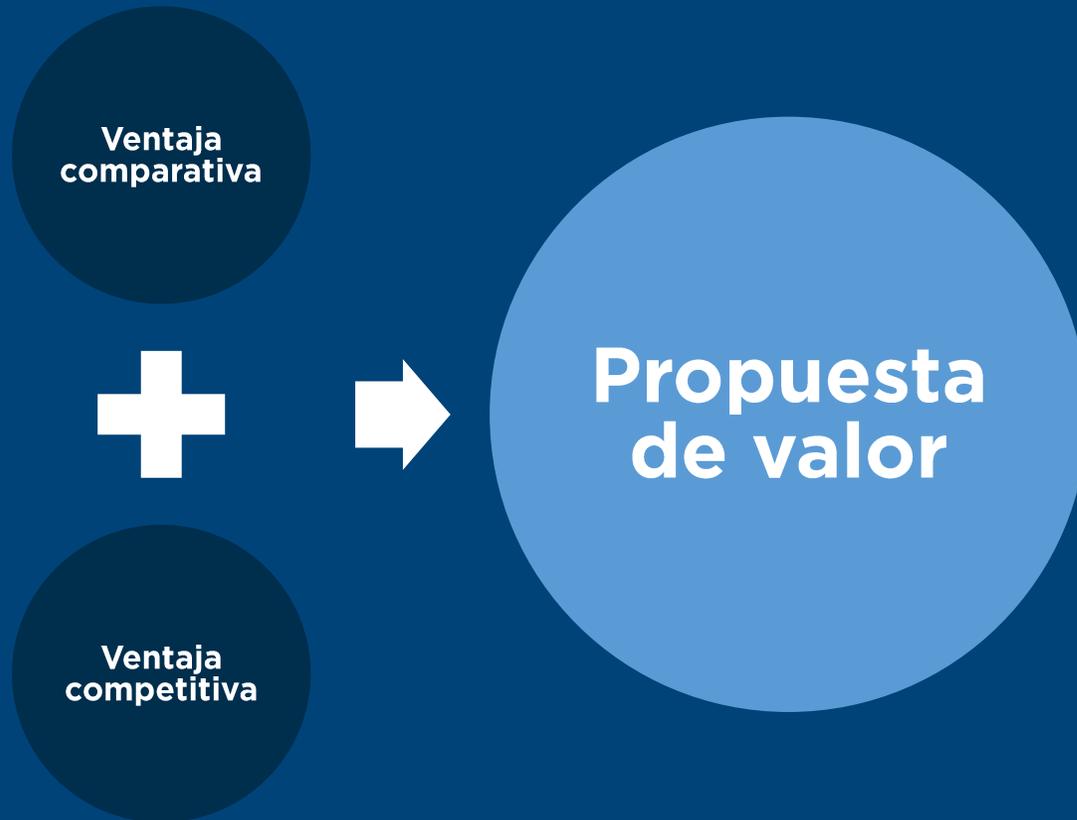
¿Cuál es tu mercado?



■ Conoce a tu competencia

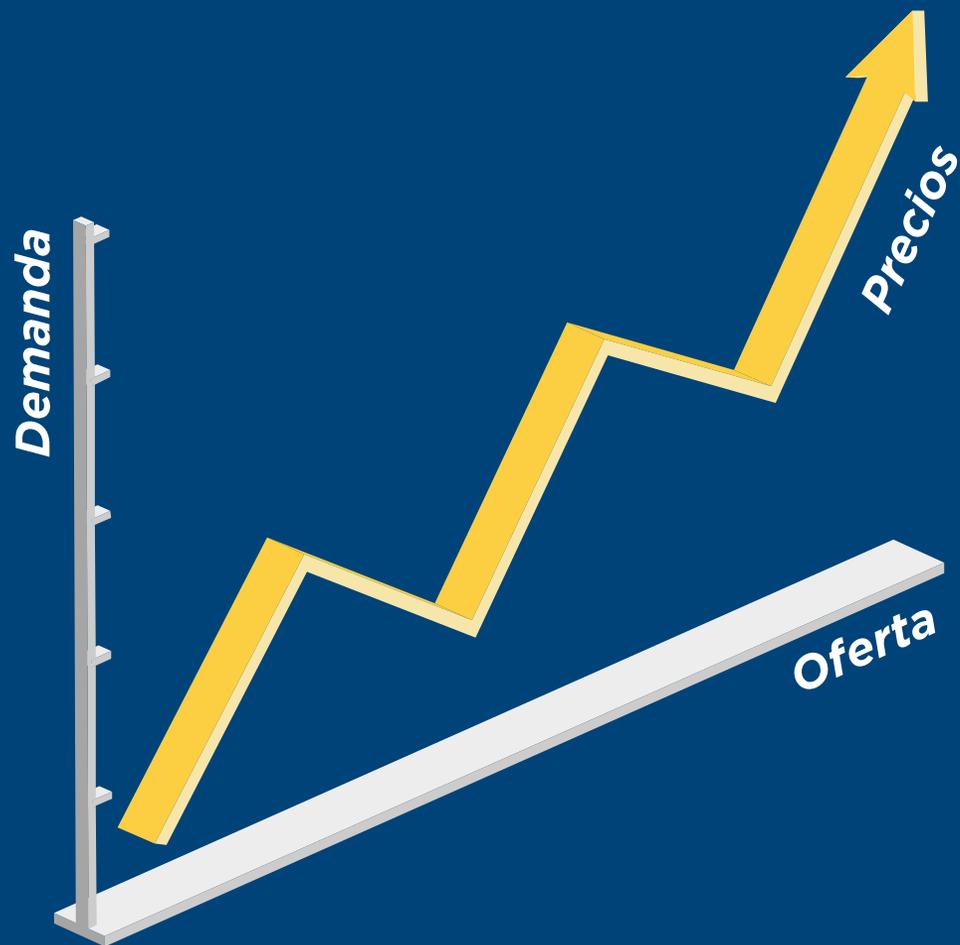


- **¿Cómo es que soy mejor?**
¿Qué me diferencia de la competencia?



No sólo en relación con el cliente, sino también en temas de: innovación, sustentabilidad, beneficio social, comunidad, etc.

■ La oferta y la demanda



Poca oferta + Gran demanda = Precios altos
Gran oferta + Poca demanda = Precios bajos

<https://www.youtube.com/watch?v=N2kZVB5yk6M>

■ Referencias bibliográficas

- UnProfesor (2016). Ley de oferta y demanda. [Vídeo] YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=N2kZVB5yk6M>
- RAE (2019). *Mercado*. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/?id=OyRtG0r>
- Kotler, P. Armstrong, G. Cámara, D. y Cruz, I. (2004). *Marketing*. México: Pearson.

Asesora: Mtra. Cristina Díaz Pérez. Mayo, 2019.