

# MERCADO

**Mercado** : Lugar físico o virtual donde se producen intercambios económicos o por servicios

- **Tamaño** : Cantidad vendida
- **Cuota de mercado** : La cantidad de productos que vende una empresa dividida por el total de productos vendidos. Es diferente para cada empresa
- **Estructura de mercado** : Los agentes que intervienen en el mercado

**Equilibrio de mercado** : Cuando la demanda no es superior a la oferta del producto

**Tipos de mercado** :

- **Monopolio** : Cuando una empresa se hace con la totalidad del mercado y no hay competidores. Está prohibido por ley.
- **Oligopolio** : Cuando en un mercado hay pocas empresas y luchan entre ellas para tener el mejor producto. El oligopolio puede estar pactado o tener una guerra de precios entre las empresas del mercado.
- **Competencia perfecta** : Cuando en un mercado hay muchas empresas y el precio del producto no viene marcado por las empresas, si no por el mercado. En la competencia perfecta se valoran más los aspectos del producto que el precio del mismo.
- **Competencia monopolística** : Cuando en un mercado unas empresas buscan destacar su producto por su calidad o su marca, veasé así un ejemplo como Apple y Samsung.

# SEGMENTACIÓN DE MERCADO

**Segmentar mercado** : Dividir el mercado por tipo de clientes y sus necesidades. Los criterios pueden ser :

- Empresariales
- De gustos
- Psicológicos
- Demográficos
- Económicos
- Profesionales
- Geográficos

El mercado se puede segmentar de diferentes formas :

- **Diferenciada** : Una estrategia para cada grupo de clientes
- **Concentrada** : Nos concentramos solo en un grupo de clientes
- **Indiferenciada** : Hacemos lo mismo para todos los clientes

## MARKETING

**Marketing** : Conjunto de actividades que intentan alcanzar los objetivos de la empresa, tales como, la obtención de beneficios, el crecimiento de la misma u otros fines. El marketing puede ser estratégico si lo que buscamos es diferenciar nuestro del producto del de las demás empresas por sus características.

**El producto** : Es todo aquello que se puede ofrecer al mercado y que el consumidor desea adquirir. El producto se puede dividir en diferentes tipos :

- **Según su tangibilidad** : Bienes o servicios
- **Según su finalidad** : Bienes de consumo o bienes industriales
- **Según la demanda con otros productos** : Bienes complementarios, bienes sustitutivos y bienes independientes

**Promoción** : Forma de comunicación que trata de estimular la venta de un producto o la popularidad de una empresa. Se puede dar de diferentes formas :

- Publicidad
- Merchandaising
- Promoción de ventas
- Fidelización
- Relaciones públicas
- Venta directa

## APROVISIONAMIENTO

Hay 2 tipos de aprovisionamiento :

- **Almacenamiento** : Consiste en almacenar muchos artículos o pocos dependiendo de su valor.
- **Gestión de inventario** : Consiste en hacer pedidos con la cantidad de productos que necesita la demanda en el momento. El éxito de Zara y de Toyota se debe a la gestión de inventario.

## FÓRMULAS

**Ingresos Totales** = Precio x Q (Cantidad que vendemos)

**Costes Variables** = CVU x Q

**Coste Total** = CF + CV = CF + CVU x Q

**Umbral de rentabilidad** = CF / (P - CVU)

**Beneficios** = IT - CT = (P\*Q) - (CF + CVU x Q)

**Precio Técnico** = CT / Q = (CF / Q) + CVU

**Precio de Venta** = Pt x (1 + margen)