

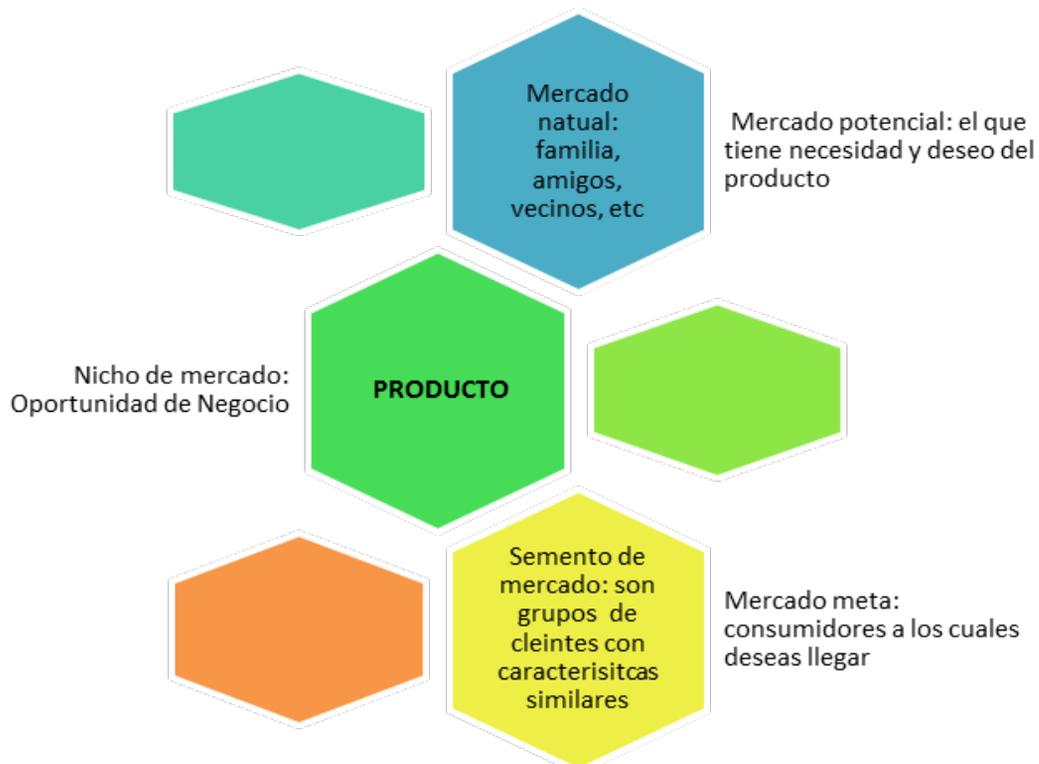
Análisis de Mercado

En este apartado vamos a analizar el funcionamiento del mercado y sus principales características. Comenzaremos estudiando el concepto de mercado, el cual puede ser el lugar físico o abstracto en donde se intercambian objetos tangibles e intangibles.

El mercado funciona de acuerdo a su organización, a lo cual se le llama estructura y muestra la forma de operar de determinadas empresas en cuanto a los precios y cantidades a producir, así como la ventaja que pudieran poseer sobre las demás empresas (Parkin, 2001). Existen las siguientes estructuras:

- Competencia perfecta
- Monopolio
- Oligopolio
- Competencia monopolista

Existen otras clasificaciones del mercado de acuerdo al producto, al tamaño geográfico, al giro, etc., que ayudan a la formulación de estrategias en el plan de negocios; enseguida se presenta la clasificación del mercado de acuerdo al producto:

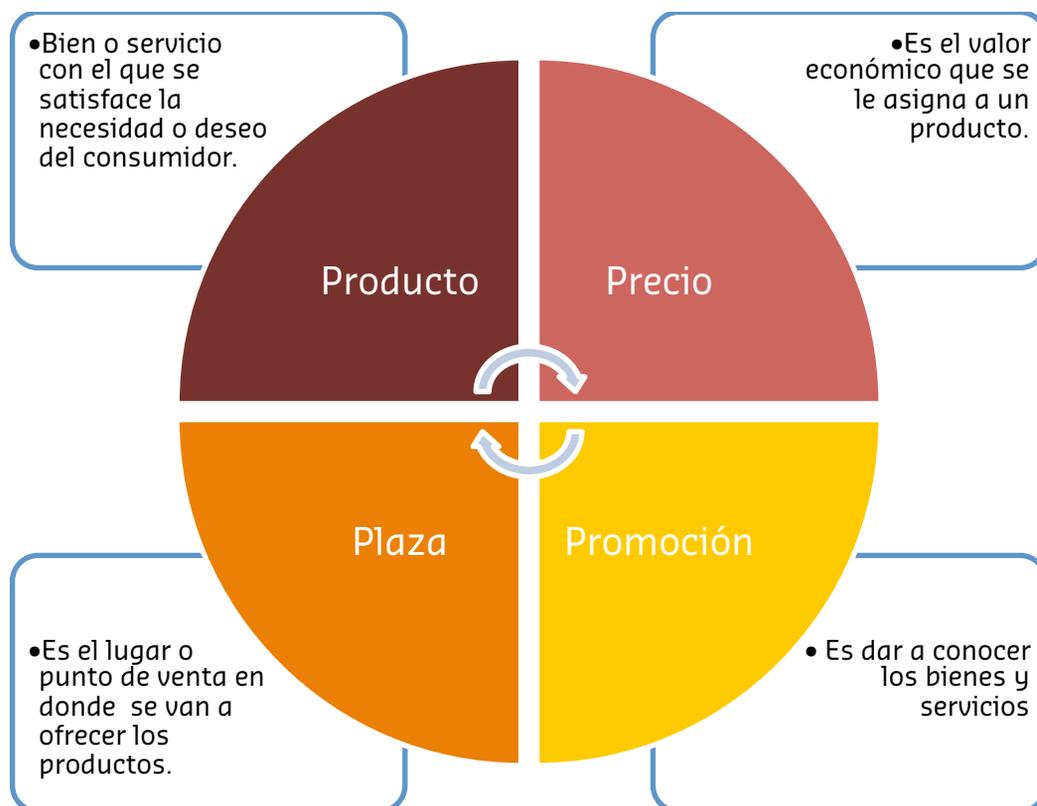


Análisis de Mercado

Otro aspecto fundamental del estudio de mercado es determinar quién es nuestro cliente o consumidor y cuáles son sus principales características. Este análisis se puede llevar a cabo mediante una entrevista o por medio de fuentes de información pública como: CONAPO, INEGI, etc. Con los resultados que se obtengan, se pueden tomar decisiones en cuanto a nivel de producción, precio, características del producto, etc.

En resumidas cuentas, conocer el mercado nos sirve para realizar un estudio de mercadotecnia e incrementar estrategias para el buen funcionamiento de la empresa.

Para lo cual, es posible utilizar el método de **las cuatro P de la mercadotecnia de McCarthy (1996)**:



Análisis de Mercado

Este método ayuda a conocer el mercado, dado que es una de las necesidades primordiales de la empresa porque no se debe olvidar que su finalidad es vender para obtener una ganancia; por lo tanto, mientras más información se tenga, la estrategia para lograr un gran volumen de ventas tendrá mayores posibilidades de éxito.

Referencia:

McCarthy, E.J. (1996). *Marketing*. (11va. Ed.) Santa fe de Bogotá: McGraw-Hill.

Parkin, M. (2009). *Economía*, México: Pearson Educación