

DIRECCIÓN COMERCIAL I

Tema 3. El mercado y el entorno del marketing

Alejandro Mollá Descals
Haydée Calderón García
Departamento de Comercialización e
Investigación de Mercados
Facultad de Economía



Tema 3. El mercado y el entorno del marketing

1. La delimitación del mercado de referencia.
2. Mercados de consumo y organizacionales.
3. El microentorno de marketing.
4. El macroentorno de marketing.

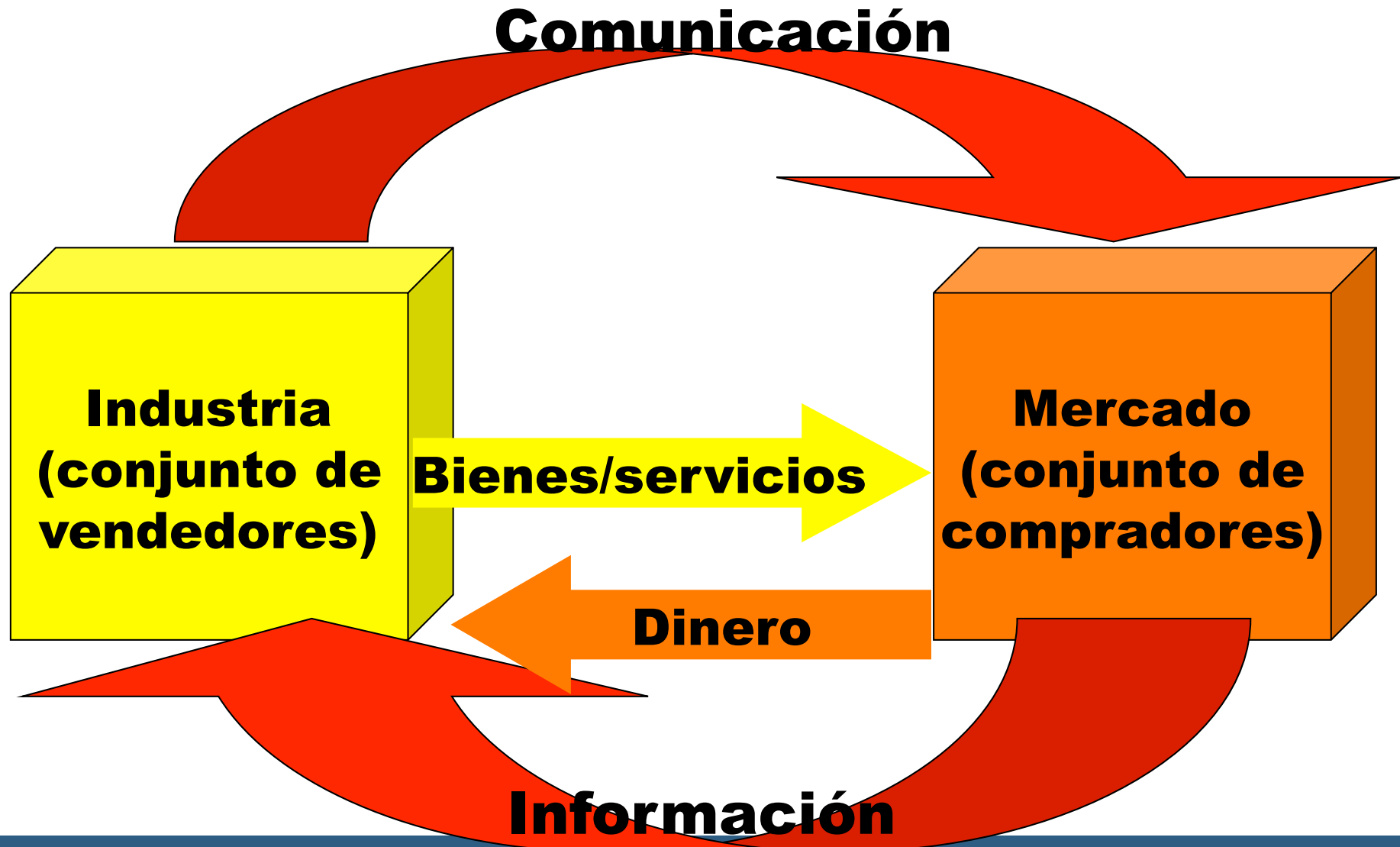
Bibliografía:

Kotler, Keller, Cámara y Mollá (2006): *Dirección de Marketing*. Ed. Pearson, Madrid. Capítulos 1,3,4 y 7.

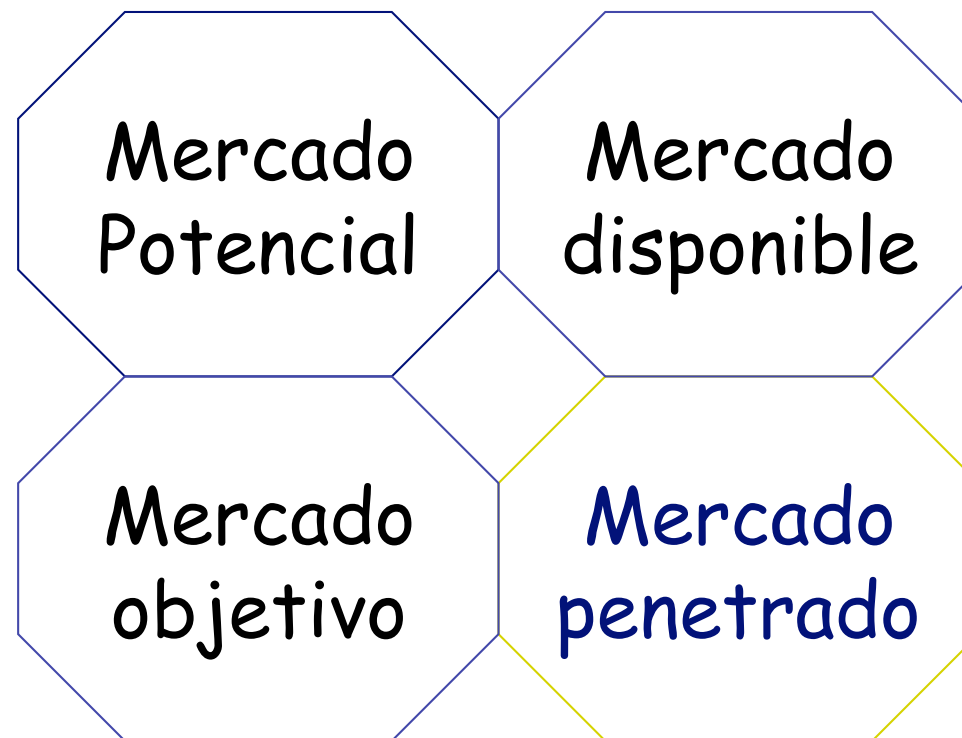
1. La delimitación del mercado de referencia

- Mercado: lugar en el que vendedores y compradores se reunían para comprar y vender bienes. Ej. La tira de contar
- Economistas: Conjunto de compradores y vendedores que negocian con un producto concreto o con una clase determinada de productos. Ej. *Mercado de cereales*
- Marketing: distintas agrupaciones de compradores. Ej. *Mercados de necesidades, de productos, demográficos, geográficos, votantes, etc.*

Un sistema de marketing sencillo



Formas de desglosar el mercado



Mercado potencial

- Conjunto de consumidores que presentan un nivel de interés suficientemente elevado por la oferta de mercado.

Mercado disponible

- Conjunto de consumidores que tienen interés por una oferta, que cuentan con los ingresos necesarios para adquirirla y que disponen de acceso a la misma.

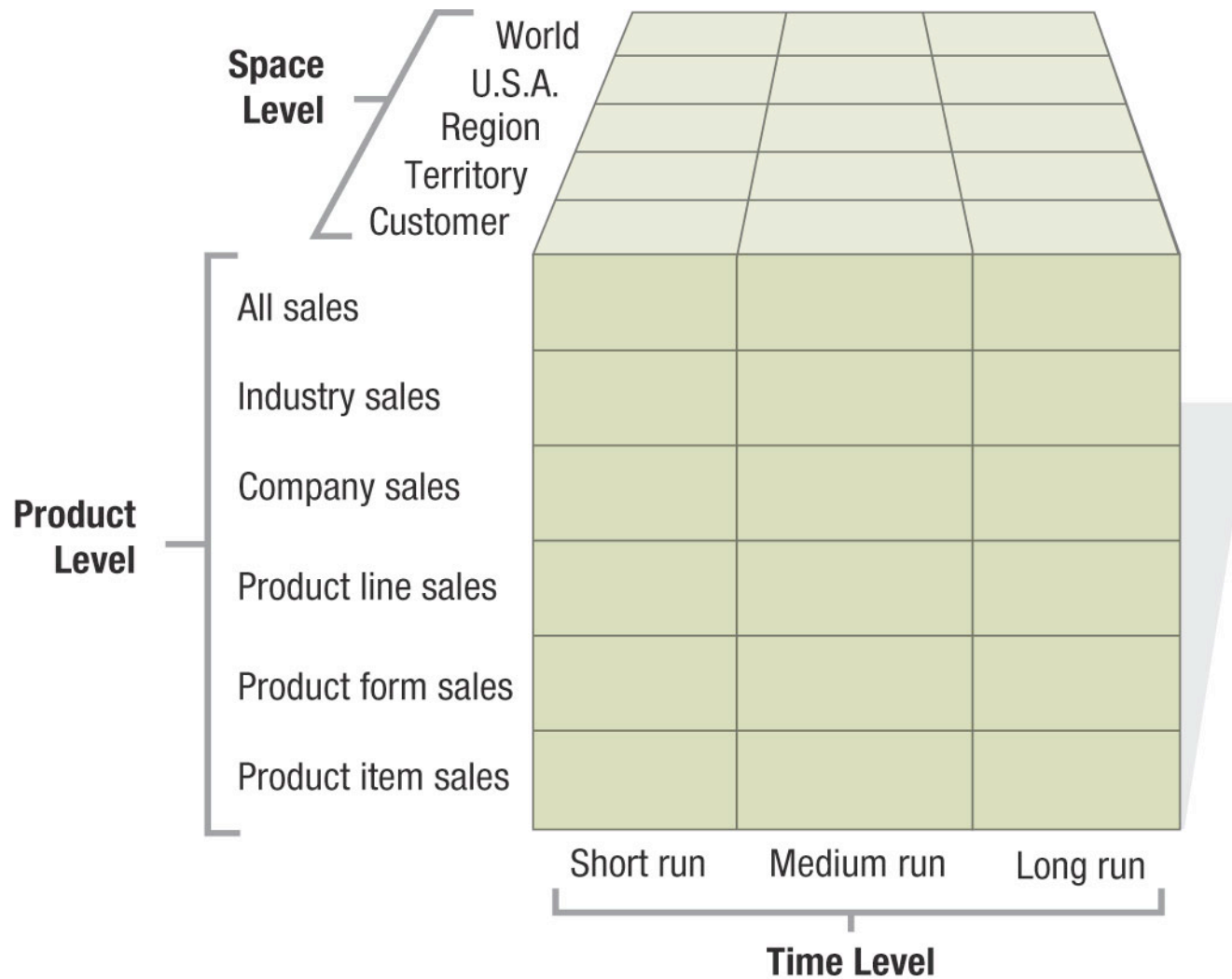
Mercado objetivo

- Proporción del mercado cualificado a la que la empresa decide atender

Mercado penetrado

- Conjunto de consumidores que adquieren el producto de la empresa

Noventa tipos de medición de la demanda



2. Mercados de consumo y organizacionales

Clases de mercados

Mercados de consumidores



Mercados globales



Mercados de empresas



Mercados no lucrativos y sector público



Mercados institucionales y gubernamentales



Managed Services
Managed Better.

Contact Us | Home | About ARAMARK | Investor Relations | Careers | News Room

Who We Serve

- Business & Industry
- Colleges & Universities
- Conference Centers
- Convention Centers
- Correctional Institutions
- Healthcare Institutions
- Parks & Resorts
- Public Safety Professionals
- School Districts
- Sports & Entertainment

Services We Provide

Select a Service ▼



*We have the second-largest
uniform rental business in the U.S.*

[Learn more](#)



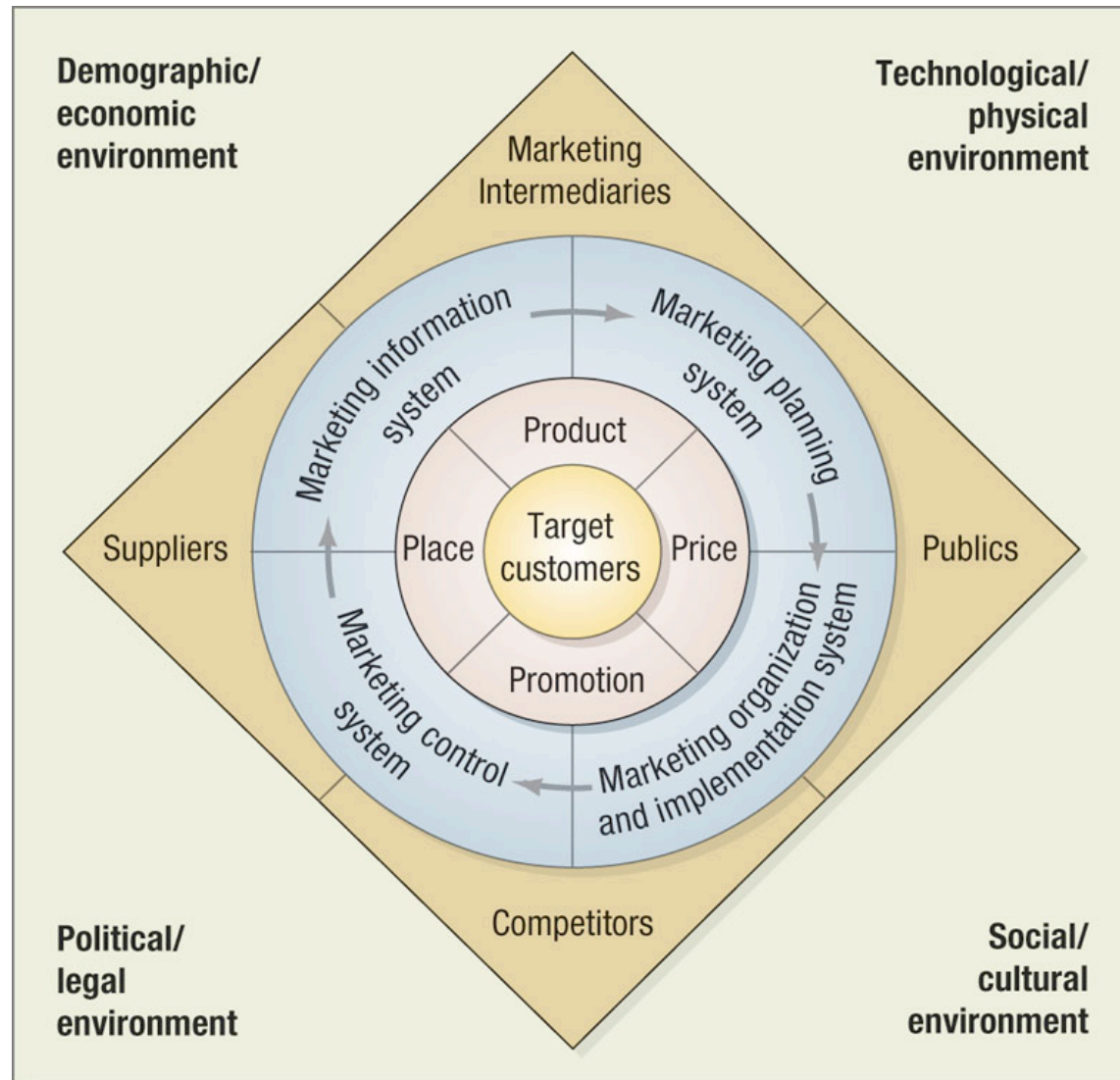
Cómo vender tecnología al gobierno

- Entrar en el catálogo de TI del gobierno.
- Busque el modo de entrar.
- Asegúrese de que los contratistas pueden encontrar su empresa.
- Esté alerta a los contratos importantes.
- Cuide todas las perspectivas.
- Realice conexiones activas.

3. El microentorno de marketing

- Proveedores
- Intermediarios de marketing
- Competidores
- Grupos de interés (publics)

Factores que influyen en la estrategia de marketing



Necesidades y tendencias

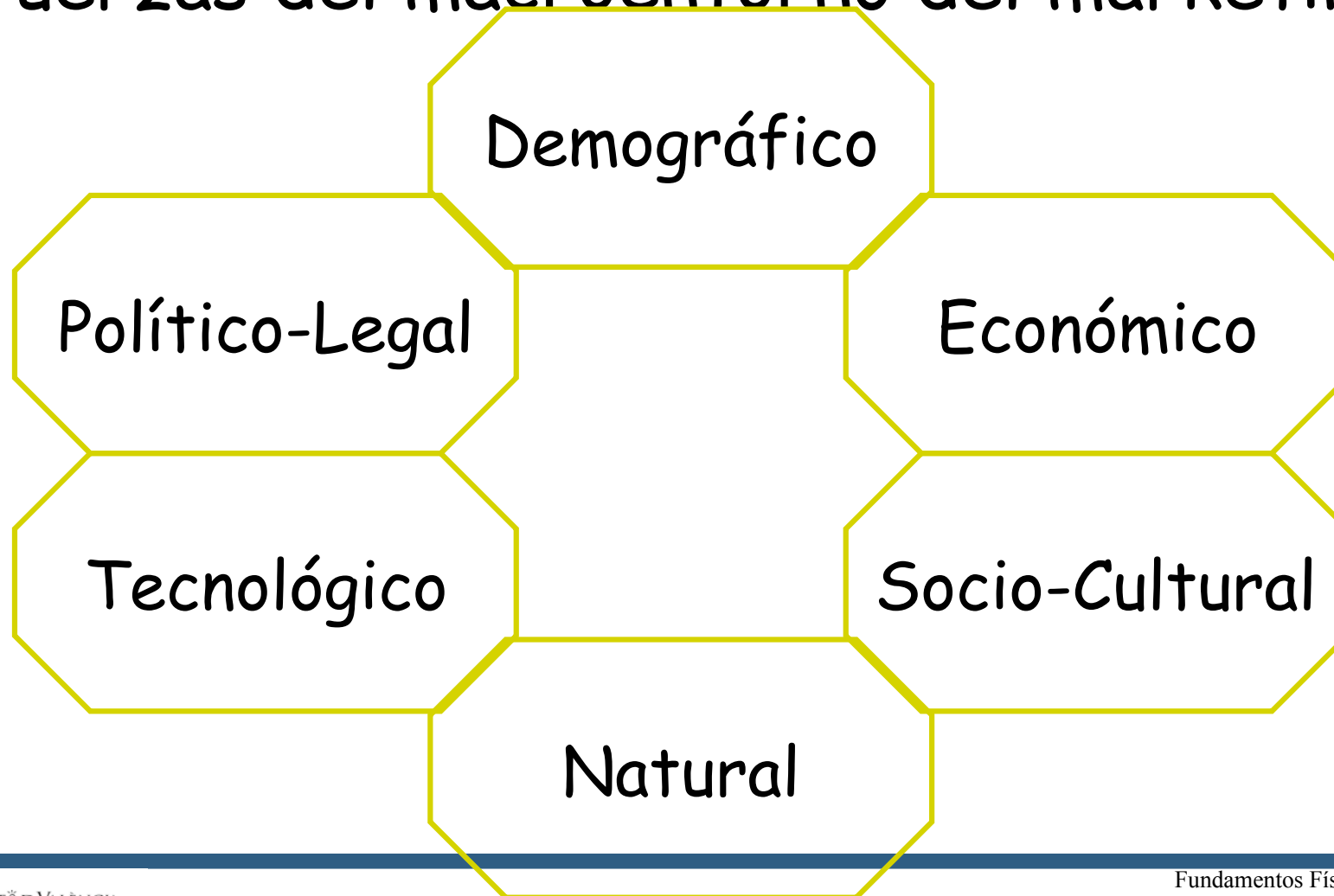
Modas pasajeras

Tendencias

Megatendencias

4. El macroentorno de marketing

- Fuerzas del macroentorno del marketing



10 megatendencias que perfilan el panorama de los consumidores en EE.UU.

- Madurez generación "baby boom"
- Retraso de la jubilación
- Naturaleza cambiante del trabajo
- Mayor nivel educacional
- Escasez de la mano de obra

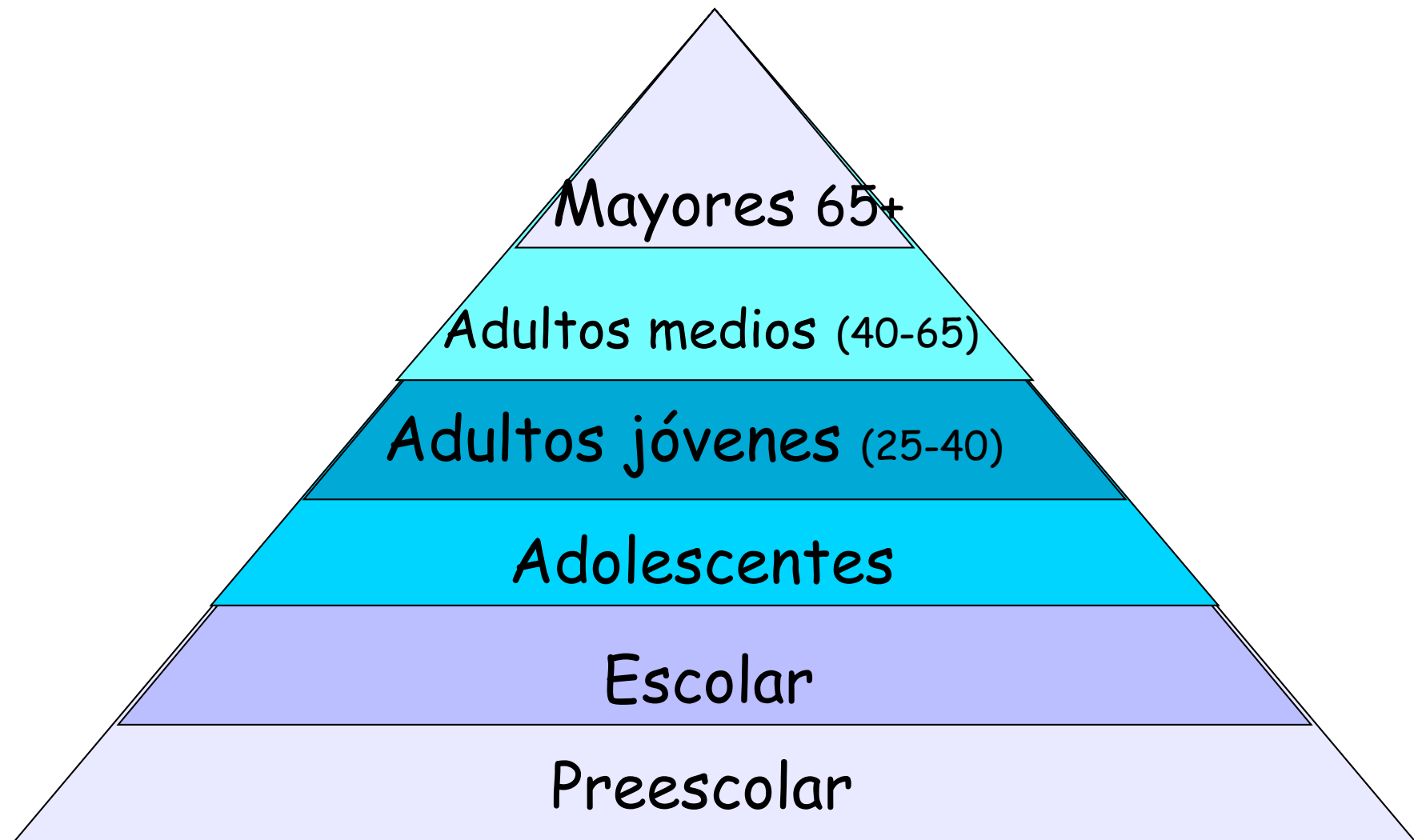
- Aumento de la inmigración
- Aumento de la influencia hispana
- Cambios en los patrones de natalidad
- Incremento de las diferencias geográficas
- Cambios en la distribución por edades

Población y demografía

- Tamaño
- Tasa de crecimiento
- Distribución por edades y sexo
- Mezcla de etnias
- Niveles de formación

- Patrones familiares
- Características regionales
- Movilidad geográfica

Grupos de edad de la población



Entorno económico

- Poder adquisitivo
- Distribución de la renta
- Tasa de ahorro
- Endeudamiento
- Disponibilidad de crédito
- Externalización y libre comercio

Entorno socio-cultural

Visión de uno mismo

Visión de los demás

Visión de las organizaciones

Visión de la sociedad

Visión de la naturaleza

Visión del universo

Actividades de ocio populares

- Pasear
- Jardinería
- Natación
- Fotografía
- Ciclismo
- Pesca
- Jugar a los bolos

- Camping
- Jogging
- Hacer pesas
- Golf
- Cursos para adultos
- Excursiones
- Navegación

Entorno natural

Escasez de materias primas

Aumento del coste de la energía

Presión anticontaminación

Cambios en la función de los gobiernos



Entorno tecnológico

Ritmo de cambio

Oportunidades
de innovación

Diferencias en los
presupuestos de I+D

Aumento de la
legislación



Entorno político-legal



Aumento de la
legislación
empresarial

Crecimiento de
grupos de interés
especiales

Fijación del precio unitario

