

1. EL MERCADO

Desde el punto de vista comercial, **UN MERCADO** es el grupo de consumidores que, con una misma necesidad, quieren satisfacerla y tienen capacidad de pago para ello.



Por ejemplo, muchas personas tienen necesidad de transporte y quieren comprarse un coche. Sin embargo, mucha gente desearía comprarse un Ferrari, pero no puede permitírselo. Esas personas no formarían parte del mercado de Ferrari.

Características básicas de un mercado



1

Tener una necesidad

2

Querer satisfacerla

3

Tener capacidad de pago



Elementos del mercado

Dentro de todo mercado distinguimos tres elementos clave:



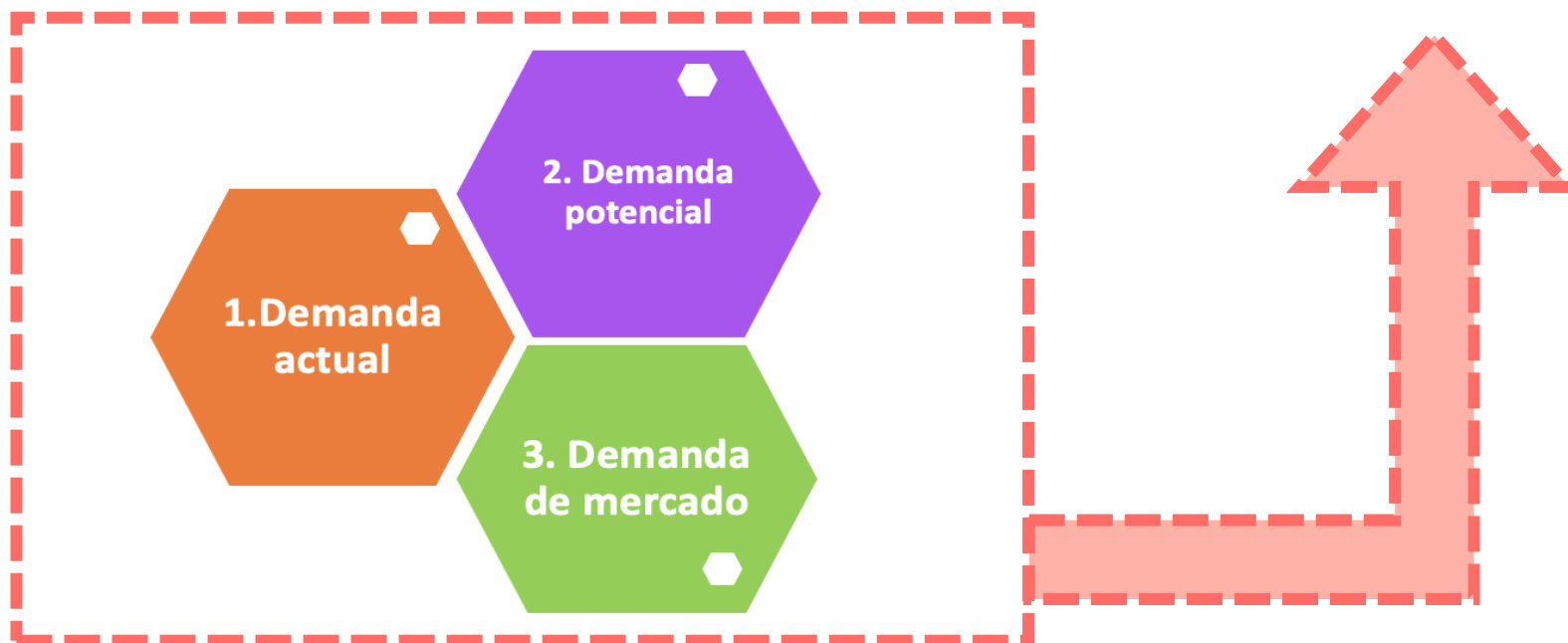
**La oferta
(vendedores)**



**El producto que se
vende**



**La demanda
(compradores)**





Demanda actual de la empresa

1. Demanda actual de la empresa

Son los clientes que la empresa tiene en ese momento. *Si te compras un móvil Huawei, formas parte de su demanda actual.*



2. Demanda potencial

Son todos aquellos que en un futuro también podrían llegar a ser clientes. *Si en un futuro puede que compres un Xiaomi o un Samsung también parte de la demanda potencial de esas empresas.*



Demanda potencial



Demanda de mercado

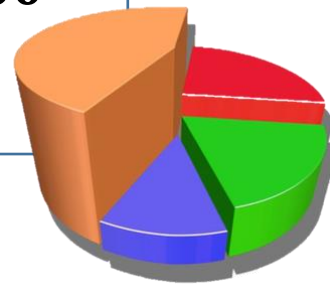
3. Demanda de mercado

Todas las personas que compran un determinado producto. *Ejemplo, todas las personas que compran un móvil.*

Esta diferencia nos acerca al concepto de cuota de mercado.

LA CUOTA DE MERCADO es la proporción entre las ventas de la empresa respecto a las ventas totales del mercado en un momento de tiempo. Se puede medir en unidades (número de móviles vendidos) o en el valor de las ventas (en euros).

$$\text{Cuota de mercado de la empresa} = \frac{\text{Ventas empresa}}{\text{Ventas totales mercado}} \times 100$$

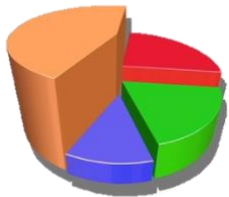


Si en el mercado de móviles las ventas totales en España son 40 millones al año y Xiaomi vende 10 millones.



$$\text{Cuota de mercado de XIAOMI} = \frac{10.000.000}{40.000.000} \times 100 = 25\%$$

Es decir, Xiaomi vendió el 25% de los móviles en España el año pasado.



Ejercicio de clase 1

Cuota de mercado

Según los datos de IDC, Lenovo fue la empresa que más ordenadores vendió en 2020 a nivel mundial, con casi de 72,7 millones de dispositivos.

A continuación, se sitúa HP tras vender 67,6 millones de unidades. Dell ocupa el tercer lugar, con 50,3 millones de ordenadores vendidos. Por su parte, Apple disparó sus ventas de ordenadores, hasta 23,1 millones de unidades, mientras que las de Acer subieron hasta casi 21 millones.



Sabiendo que las ventas de mundiales de ordenadores alcanzaron los 302,6 millones mundiales, calcula la cuota de mercado de las 5 empresas

