



NOMBRE: DELSY YULISA PEREZ DE LEON

CARRERA: DERECHO

MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

GRADO: 9NO CUATRIMESTRE

GRUPO: "A"

FECHA: 6 DE JUNIO DE 2020

TRABAJO: MAPA CONCEPTUAL

# IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

## 3.1 El mercado

En economía, un mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos.

El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. Estas pueden tener como partícipes a individuos, empresas, cooperativas, entre otros. El mercado contiene usuarios en busca de recursos insuficientes en relación a las necesidades ilimitadas

## 3.2 Objetivos del Marketing

El principal objetivo del marketing: crear y captar valor en el consumidor

La lealtad del cliente, crear una relación valiosa con los clientes que tenga la consecuencia de que sigan comprando tu producto o servicio.

## 3.3 Investigación del mercado

La investigación de mercados es la herramienta necesaria para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información, con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionadas a la mercadotecnia

La investigación de mercados se compone de instrumentos y técnicas que al aplicarse generan información con un alto grado de validez y confiabilidad con respecto a los comportamientos y características de un mercado. Para generar información se desarrolla un proceso donde se adquiere, registra, procesa y analiza la información, respecto a temas como: clientes, competidores y el mercado.

## 3.4 Estudio del mercado

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias, etc.). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores