

**MAPA CONCEPTUAL: ESTUDIO DEL MERCADO**

**Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**CP. VICTOR TADEO CRUZ RECINOS**

**Presenta: MAYRA MARLITH LAZARO VAZQUEZ**

**Licenciatura: PSICOLOGÍA**

**Cuatrimestre: NOVENO**

**Grupo: "A"**

**Frontera Comalapa, Chiapas; a 12 de JULIO del 2020.**

# ESTUDIO DE MERCADO

## MERCADO

Es el

LUGAR

Donde se realizan

INTERCAMBIOS

Desde una

OPTICA COMERCIAL

Es el

CONJUNTO

De

COMPRADORES

VENEDORES

De un

PRODUCTO O SERVICIO

TAMAÑO

Del

MERCADO DE UN PRODUCTO

Es la

CANTIDAD VENDIDA

Durante un

PERIODO DETERMINA

En una

AREA GEOGRAFICA CONCRETA

ESTRUCTURA

FABRICANTES DE BIENES Y PRESTADORES DE SERVICIO

INTERMEDIARIOS

PRESCRIPTORES

COMPRADORES

MERCADO META

Esta compuesto por el

GRUPO DE COMPROADORES

Que se intenta convertir en

CLIENTES

MERCADO

GEOGRAFICOS

DEMOGRAFICOS

PERSONALES

FAMILIARES

PSICOLOGICOS

Para

DETERMINARLO

Es necesario una

SEGMENTACION

Del

OPOSITOR

Busca

ALTERNATIVAS

A nuestro

SERVICIO

MERCENARIO

Entra y sale del

NEGOCIO

Sin ningún

COMPROMISO

CAUTIVO

Es un

VENGATIVO OPOSITOR

En

POTENCIA

PRESCRIPTOR

Es un buen

COMPLEMENTO

De nuestro

MARKETING

CLIENTES

Determina

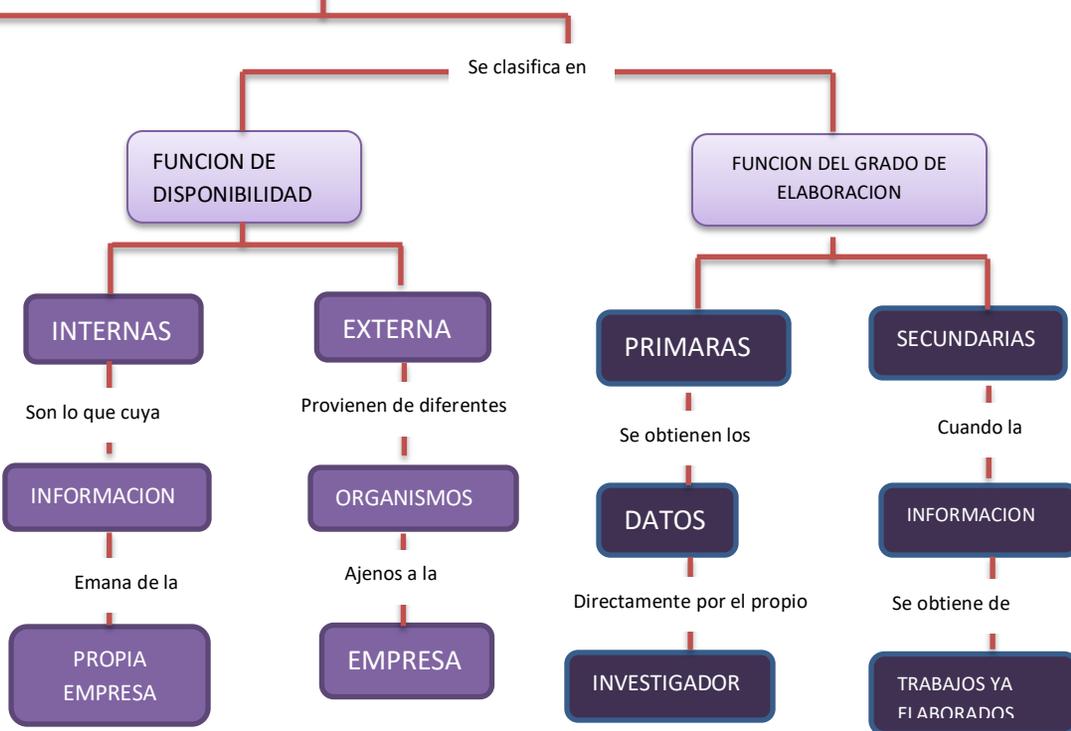
¿QUIEN?, ¿Cómo?,  
¿Por qué?, ¿Dónde?,  
¿Cuánto?, COMPRA

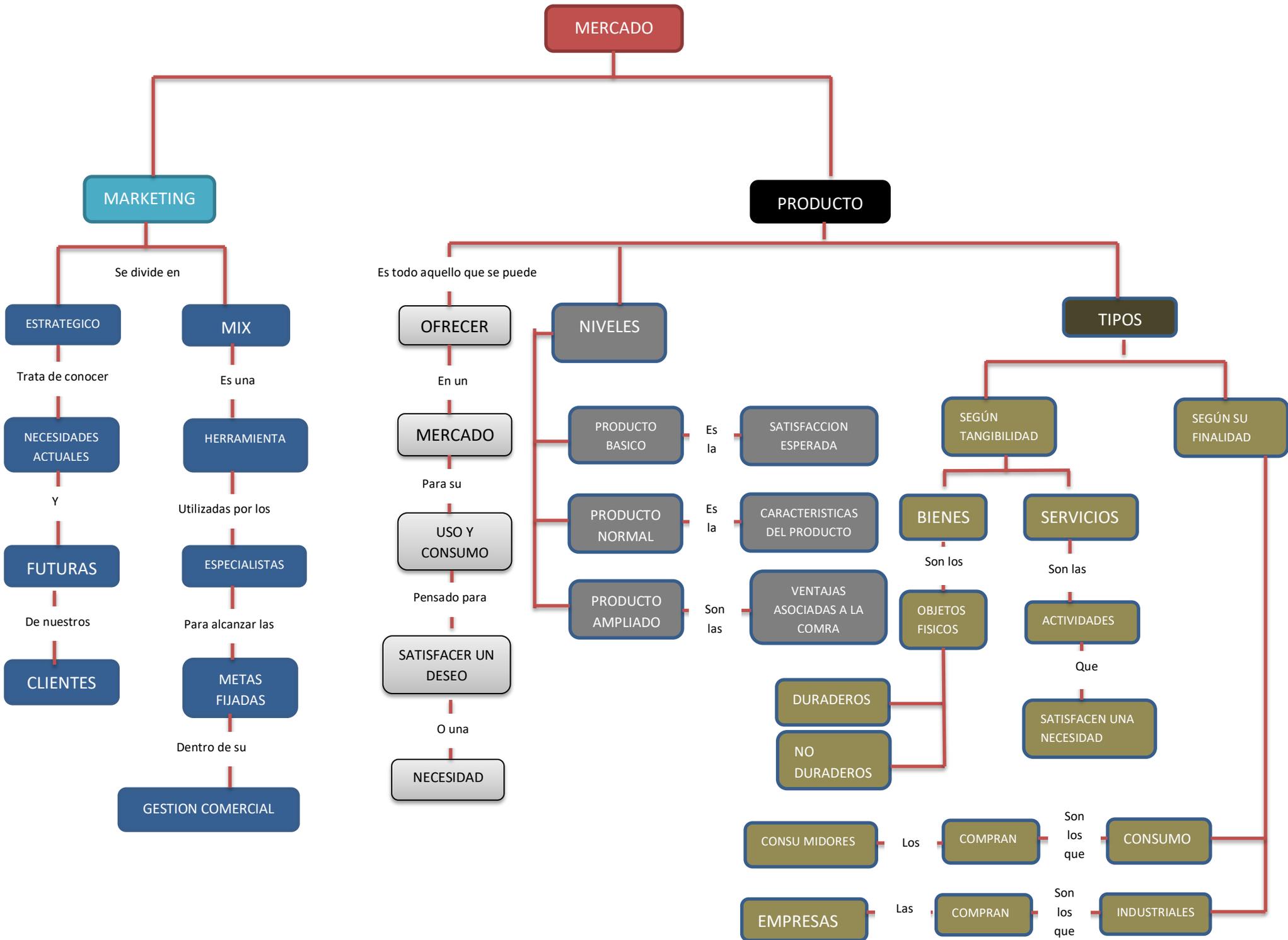
# MERCADO



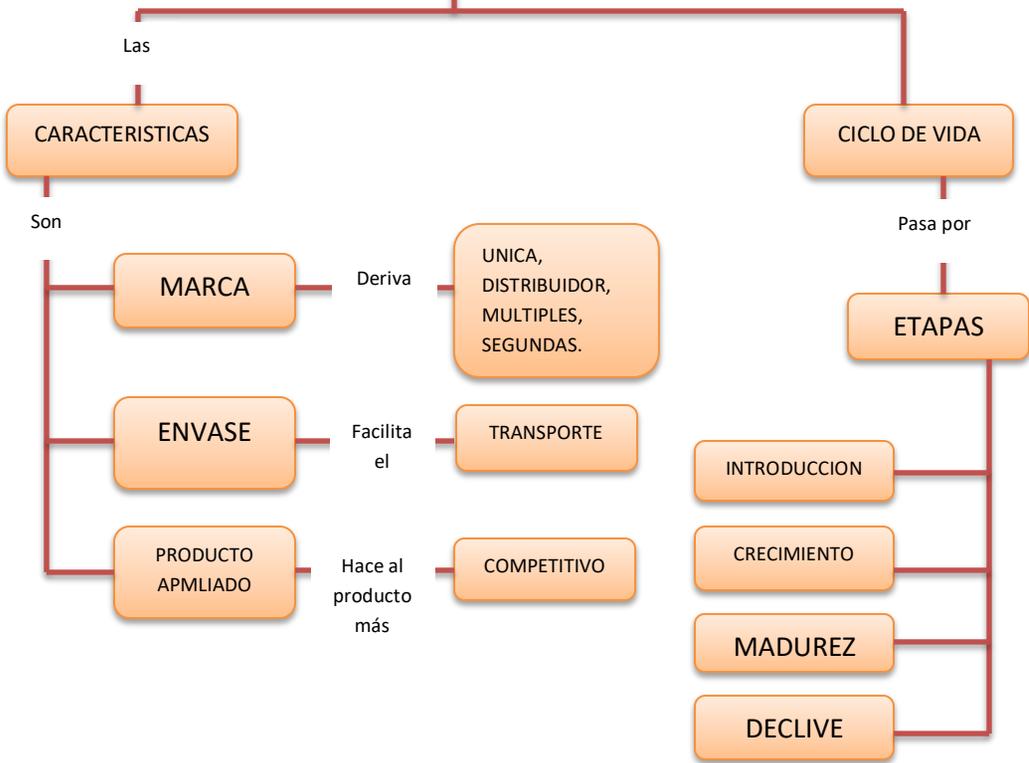
- Se debe tener en cuenta
- GRADO DE FIABILIDAD
  - ORIGEN DE LA FUENTE
  - GRADO DE OBSOLENCIA
  - VALIDEZ CONTRASTADA

## FUENTES DE INFORMACION





# MERCADO



# PRECIO

