



NOMBRE DE ALUMNO: JOSE ANDRES PINTO

Nombre del profesor:ALDO
IRECTA NAJERA

Grado: 9

GRUPO: U

Nombre del trabajo: Mapa Conceptual

Materia: taller del
empreendedor

Unidad 3 teoría y autores

Se define

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse

Sus aspectos son

Tamaño del mercado

Se define

El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son

Consumo aparente

Se define

Una vez que ha definido el segmento de mercado, debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa; esto se hace identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, con base en sus hábitos de compra

Demanda potencial

Se define

Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, simplemente proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos