



NOMBRE DE ALUMNO: JOSE ANDRES PINTO

**Nombre del profesor:**ALDO  
IRECTA NAJERA

**Grado: 9**

GRUPO: U

**Nombre del trabajo:** Mapa Conceptual

**Materia: taller del  
emprendedor**

# 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