



**ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS**

**MATERIA: INV. MERCADOS**

**ALUMNO: RAÚL SÁNCHEZ ESCOBAR**

**PROFESORA: ALDO IRECTA NAJERA**

**09 julio 2020 COMITAN DE DOMINGUEZ**

### investigación de mercados

proceso objetivo y sistemático en el que se genera la información para ayudar en la toma de decisiones de mercadeo. Se incluye la especificación de la información requerida, el diseño del método para recopilar la información



### investigación de mercados

análisis de algunos cambios en el entorno y las acciones de los consumidores. Permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas de una organización.



### Tipos de investigación de mercados

estrategia empresarial, ésta va acompañada de todo un proceso previo de recopilación de información y análisis, para garantizar el éxito de su campaña y reducir riesgos. A la hora de realizar un estudio de mercado existen muchas formas de investigar el mercado en el que nos queremos adentrar.



### Tipos de investigación de mercados

Investigación exploratoria o cualitativa  
Investigación concluyente o cuantitativa.  
Investigación primaria o investigación de campo. Investigación secundaria o investigación de gabinete. Investigación continua. Investigación puntual Investigación motivacional. Investigación experimental. Investigación aplicada.



