



MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

ACTIVIDAD: SUPER NOTA

**CATEDRATICO(A): MARIA DE LOURDES
DOMINGUEZ**

ALUMNO(A): PAOLA RUIZ VASQUEZ

**LICENCIATURA EN MEDICINA
VETERINARIA Y ZOOTECNIA**

9NO. CUATRIMESTRE 3ER PARCIAL



ESTUDIO DE MERCADO



¿QUE ES?

Conjunto de acciones que una empresa utiliza a nivel comercial para obtener información actualizada sobre las necesidades de sus consumidores.

PARA QUE SIRVE

Su finalidad es conocer en profundidad el nicho que se pretende conquistar, como así también su grado de rentabilidad.



VENTAJAS

- Conocer a tu público objetivo e identificar sus necesidades.
- Saber cuáles son los precios más competitivos.
- Conocer la rentabilidad de determinado sector del mercado.
- Desarrollar estrategias para tomar mejores decisiones comerciales.
- Saber cuáles son las debilidades y fortalezas de tu compañía.



TIPOS DE ESTUDIOS DE MERCADO

- Cualitativa
- Cuantitativa
- Continua
- De campo
- Aplicada
- Puntual
- Experimental

