



**Mi Universidad**

**Super nota.**

*Nombre del Alumno:* **HERNÁNDEZ URBINA ANTONIO RAMÓN.**

*Nombre del tema:* **INVESTIGACIÓN DE MERCADO.**

*Parcial:* **SEGUNDO.**

*Nombre de la Materia:* **TALLER DEL EMPRENDEDOR.**

*Nombre del profesor:* **DR. MUÑOZ GUILLEN HORACIO.**

*Nombre de la Licenciatura:* **MEDICINA HUMANA.**

*Cuatrimestre:* **SEPTIMO.**

## “INVESTIGACIÓN DE MERCADO”.

Es un proceso sistémico para obtener información que sirve a la empresa en la toma de decisiones, para señalar planes y objetivos, así como para controlar que estos se cumplan.



Es el conjunto de personas o unidades que consumen y/o utilizan un producto o servicio.



### INVESTIFACION DE MERCADOS:

Se consideran tres objetivos básicos:

- Conocer al consumidor.



- Disminuir los riesgos.



- Informar y analizar la información.



FACTORES QUE LIMITAN LA REALIZACION DE INVESTIGACION DE MERCADOS:

- Factor económico.



- Factor tiempo.



- Factor de capacitación técnica.

## ELABORACION DE LA INVESTIGACION:

- Diseño de la investigación.
- Objetivos.
- Preguntas e hipótesis.
- Cuestionario.
- Muestreo.
- Resultados.
- Limitaciones.

## TIPOS DE INVESTIGACION:

- Exploratoria.
- Descriptiva.
- Causal.