



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE
LIC. EN MEDICINA HUMANA**

**SÉPTIMO SEMESTRE
SEGUNDO PARCIAL**

TALLER DEL EMPRENDEDOR

**SÚPER NOTA
INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

**DOCENTE: Dr. Horacio Muñoz Guillen
ALUMNA: Angélica Montserrat Mendoza Santos**

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

¿Qué es una investigación mercado?

Una investigación de mercados es la herramienta que se utiliza para recolectar datos directamente de la fuente, para conocer los comportamientos de los consumidores, la percepción de la marca o la empresa y las oportunidades para un nuevo producto o innovación

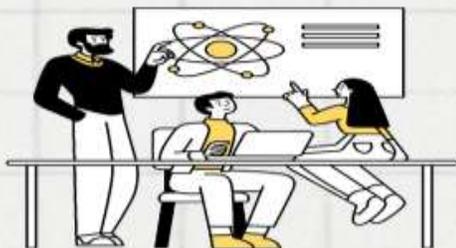


El estudio de mercado es el proceso que se encarga de recopilar información, clasificarla, analizarla, discutirla y aprovecharla para la toma de decisiones de una empresa, que impacta en su área de negocios y marketing.

Por su parte, la investigación de mercados es parte del estudio de mercado. Es lo que se obtiene de una de las varias actividades que se involucran en el estudio completo, y que se enfoca en resolver una pregunta en particular



También se le conoce como investigación de campo y es útil cuando se quiere obtener datos directos sobre la audiencia a la que te diriges.



Es buena idea establecer una primera clasificación de las investigaciones de mercado: primaria y secundaria. Aunque estas dos categorías no son las únicas consideradas en el medio del marketing, sirven para orientarte y determinar cuál debes emplear. Revisemos las particularidades de cada una.