



Mi Universidad

Licenciatura: Medicina Humana

Semestre: 7mo

Materia: Taller del Emprendedor

Parcial: 2da unidad

Docente: Dr Horacio Muñoz Guillen

Alumno: Arturo Aguilar Mendoza

San Cristobal De Las Casas Chiapas, 13
de octubre de 2023

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Objetivos:

- 1- Localizar posibles oportunidades para lograr un equilibrio entre la demanda de los productos ofrecidos y su cantidad en producción.
- 2- Determinar, en la fase de desarrollo de un nuevo producto, sus posibilidades competitivas.
- 3- Ser capaz de reorientar la producción en función de la demanda del mercado hacia el modelo de producto más vendido.

1- INVESTIGACIÓN PRIMARIA O DE CAMPO

Usada para descubrir el desarrollo de productos de otras empresas.
la información se consigue de primera mano



2- INVESTIGACIÓN SECUNDARIA

Se emplea información de acceso público.
Muy usada para realizar una investigación directa



3- INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Se enfoca en obtener información más concreta y específica.
Hace incapie en la representatividad de la muestra para generalizar resultados

4- INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

No se concentra en el tamaño de la muestra si no de la información.
Se puede realizar mediante encuestas y entrevistas

5- INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL

Se emplea para conocer las reacciones de los consumidores.
Manipula las variables de una situación controlada.



6- INVESTIGACIÓN MOTIVACIONAL

Un especialista guía a un grupo específico de personas.
Sirve para identificar los motivos de compra de los consumidores.

7- INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Realiza un informe detallado sobre una población en específico.
Busca tener una visión clara para entender la naturaleza de su público



Alumno: Arturo Aguilar Mendoza