



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

ACTIVIDAD: SUPER NOTA

TEMA: INVESTIGACION DE MERCADO

DOCENTE: DAYANNE VAZQUEZ OLIVO

MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

ALUMNA: VIVIANA GUADALUPE CRUZ HERNANDEZ

CUATRIMESTRE: 9N°

PARCIAL: 3RO

LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

# ESTUDIO DE MERCADO

## ¿QUE ES?



es una herramienta para conocer las opiniones, gustos, hábitos y costumbres de un segmento de mercado en específico, ya sea sobre algún producto o servicio. Dicho estudio, permite conocer a fondo el nicho al que se le busca vender.



## OBJETIVOS

proporcionar a las empresas una comprensión profunda del entorno comercial en el que operan.



## CACRACTERISTICAS

capacidad para anticiparse y adaptarse al entorno.

## TIPOS DE INVESTIGACION DE MERCADO

### investigación causal

ayuda a identificar efectos y causas de las variables así como su relación



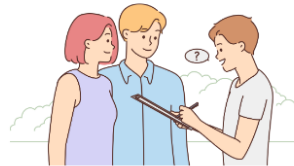
### investigación aplicada

detecta fallos de una determinada estrategia o producto



### investigación de marca

consiste en abordar al cliente y preguntarle sobre la imagen o percepción de la marca



### investigación de satisfacción

analizar la satisfacción del cliente e incentivar la lealtad y bienestar que tiene respecto a la marca



## BIBLIOGRAFIA:

<https://blog.hubspot.es/marketing/tipos-de-investigacion-de-mercados>

<https://tecnosoluciones.com/investigacion-de-mercado/#:~:text=Seleccionar%20el%20m%C3%A9todo%20de%20investigaci%C3%B3n,entrevistas%2C%20grupos%20focales%20y%20observaci%C3%B3n.>