

UNIVERSIDAD DEL SURESTE



Alumna: Priscila A. Muñoz de Leon
Licenciatura: Medicina veterinaria y zootecnia.
Materia:. Taller del emprendedor
Actividad:. Supernota

Docente: Mvz. Dayanne Olivo Espinoza

 @UDS_universidad

www.uds.mx

Mi Universidad

Tel. 01 800 837 86

HABLEMOS SOBRE EL ESTUDIO DE MERCADO

¿QUE ES ESTUDIO DE MERCADO?



ES LA HERRAMIENTA PARA LA IDENTIFICACIÓN, ACOPIO, ANÁLISIS, DIFUSIÓN SISTEMÁTICA DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS CON EL FIN DE MEJORAR LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS.

¿CUAL ES SU OBJETIVO?

TE PERMITEN CONOCER CUÁNTOS INDIVIDUOS O EMPRESAS DESARROLLAN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE PRETENDES DESARROLLAR CON TU PROYECTO PRODUCTIVO, YA SEA LA PRODUCCIÓN DE UN BIEN O LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO.



CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO DE MERCADO.

LA PRINCIPAL CARACTERÍSTICA DE UN ESTUDIO DE MERCADO ES QUE ES INTERDISCIPLINARIO. ESTO QUIERE DECIR QUE EL ABORDAJE ESTÁ ATRAVESADO TRANSVERSALMENTE POR VARIAS ÁREAS, POR LO QUE ES NECESARIO QUE PARTICIPEN ESPECIALISTAS EN ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA, ESTADÍSTICA, COMUNICACIÓN SOCIAL, PSICOLOGÍA, ENTRE OTRAS DISCIPLINAS, UN ESTUDIO DE MERCADO IMPLICA, TAMBIÉN, UN ANÁLISIS DE PRECIOS, EL COMPORTAMIENTO DEL PÚBLICO Y LA EVOLUCIÓN DE LOS DISTINTOS COMPETIDORES.



¿QUE TIPOS DE ESTUDIO DE MERCADO EXISTEN?

¿CUÁL ES EL ESTUDIO MÁS ADECUADO PARA TU ORGANIZACIÓN?

ESO DEPENDE DE VARIOS FACTORES, COMO LOS DATOS QUE QUEREMOS OBTENER, LOS RECURSOS QUE DISPONEMOS, NUESTRO PRODUCTO Y EL MERCADO AL QUE PERTENECE.

ÉSTOS SON LOS ENFOQUES Y TIPOS DE ESTUDIOS DE MERCADO QUE EXISTEN:

- CUALITATIVO
- CUANTITATIVO
- CONTINUO
- DE CAMPO
- APLICADO
- PUNTUAL
- EXPERIMENTAL

