

**UNIVERSIDAD DEL SURESTE CAMPUS
TAPACHULA**

**NOMBRE DE LA ALUMNA:
FÁTIMA GUADALUPE LÓPEZ MORALES**

**NOMBRE DEL TEMA:
ESTUDIO DE MERCADO**

**PARCIAL:
TERCER PARCIAL**

**NOMBRE DE LA MATERIA:
TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**NOMBRE DEL PROFESOR:
M.V.Z DAYANE VAZQUEZ OLIVO**

**NOMBRE DE LA LICENCIATURA:
MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA**

**CUATRIMESTRE:
9º CUATRIMESTRE**

**LUGAR Y FECHA ELABORACION:
TAPACHULA CHIAPAS ,06 DE JULIO
DE 2024**

TALLER DEL EMPRENDEDOR

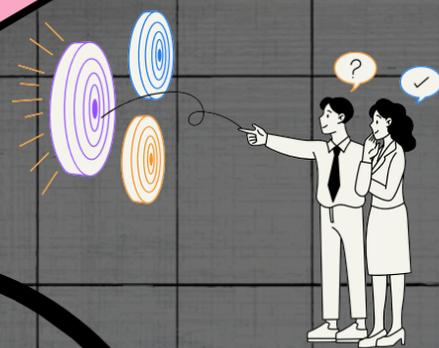
ESTUDIO DE MERCADO



Un estudio de mercado es una iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las empresas cuando pretenden estudiar y conocer una actividad económica en concreto.

OBJETIVO

Se refiere al grupo específico de consumidores a los que una empresa dirige sus productos o servicios. Es el conjunto de personas que comparten características similares, como edad, género, ubicación geográfica, intereses, ingresos, entre otros, y que tienen una necesidad o deseo común que puede ser satisfecho por el producto o servicio que la empresa ofrece.



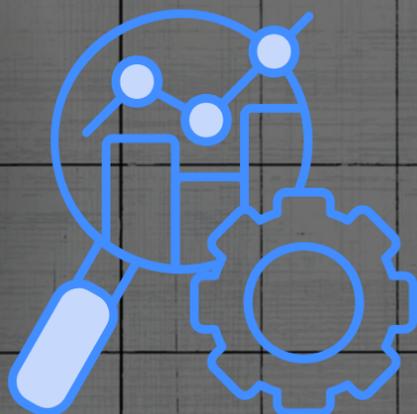
CARACTERÍSTICAS

las principales características del mercado:

- En él se llevan a cabo operaciones mercantiles.
- Sus protagonistas son los agentes económicos.
- Puede ser un espacio físico o virtual.
- En él se pueden intercambiar bonos, acciones, bienes o servicios, entre otros.
- Son regidos a través de reglas impuestas por los agentes económicos.
- Deben acatar determinadas leyes de comercio.
- Sus operaciones influyen significativamente en el comportamiento de la economía.

TIPOS DE INVESTIGACION DE MERCADO

- La investigación de mercado Exploratoria o Cualitativa.- este tipo de investigación de mercado es aquella que se utiliza al comienzo de tomar las primeras decisiones dentro de una organización
- La investigación de mercado Continua.- en cuanto a la investigación de mercado continua de un sector geográfico determinado se realiza cada cierto tiempo para comprobar los cambios o alteraciones que han sucedido durante ese período.
- La investigación de mercado Puntual.- Se puede definir como una investigación la cual es realizada mediante una encuesta a un grupo social, producto y tiempo determinado.



BIBLIOGRAFIA

- <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- <https://www.questionpro.com/blog/es/como-definir-el-mercado-objetivo/>
- <https://enciclopediaiberoamericana.com/mercado/#:~:text=A%20continuaci%C3%B3n%20se%20mencionan%20las%20principales%20caracter%C3%ADsticas%20del,influyen%20significativamente%20en%20el%20comportamiento%20de%20la%20econom%C3%ADa.>
- <https://www.clasificacionde.org/tipos-de-investigacion-de-mercado/>