

Universidad Del Sureste

Docente
Taller del emprendedor

Materia

Dayanne Olivo

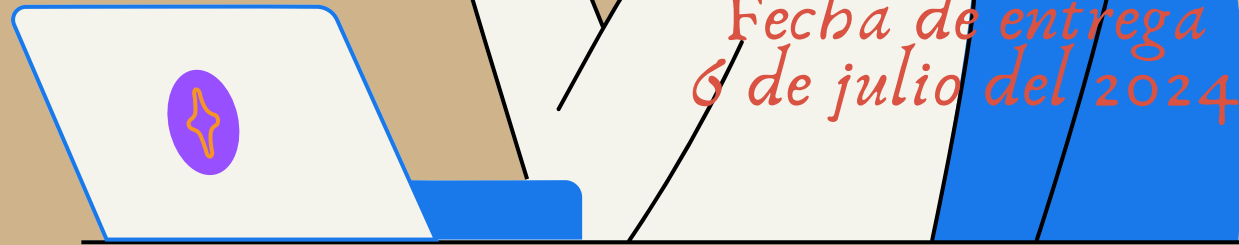
Alumno
Tristán Yahir Díaz Mazariegos



CUATRIMESTRE
OCTAVO

TRABAJO
SUPER NOTA

Fecha de entrega
6 de julio del 2024



ESTUDIO DE MERCADO

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.



CARACTERÍSTICAS

Conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado mercado.

TALLER DEL EMPRENDEDOR



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, así como sus especificaciones y el precio que el público está dispuesto a pagar por él.



TIPOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Investigación de mercado primaria (o de campo)
- Investigación de mercado secundaria (o de gabinete)
- Otros tipos de investigación de mercado.

