



Universidad del Sureste

Taller del Emprendedor.

Nutrióloga: Johanna
Guadalupe Leal López.

Actividad de plataforma
infografía.

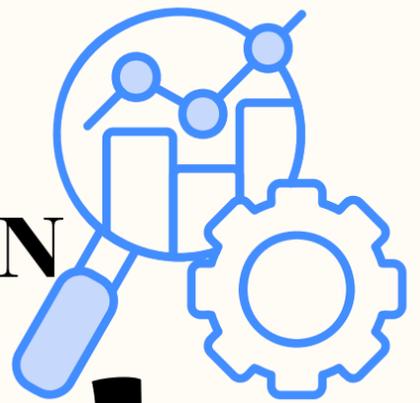
Investigación de
Mercado.

Ana Luisa Ortiz
Rodríguez.

12 de Octubre 2024.



INVESTIGACION



De Mercado

Es el proceso mediante el cual las empresas buscan hacer una recolección de datos.

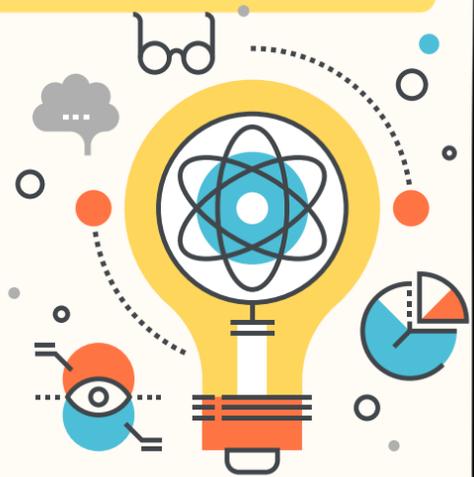
DEFINICION.

Consiste en recopilar, analizar e interpretar información sobre el mercado y sus consumidores, competidores y entorno.



EN QUE AYUDA.

- Evaluar la competencia.
- Identificar oportunidad de crecimiento.
- Adaptarse a las tendencias tecnologicas.
- Optimizar estrategias.
- Entender al publico objetivo.



INVESTIGACION PRIMARIA.

Es un estudio realizado por la propia empresa con datos propios.



CUALITATIVOS

Entrevistas y grupos de discusión

CUANTITATIVOS

- Numero.
- Paginas de vistas
- Resultados de encuestas

OBJETIVO.

Mejorar el rendimiento empresarial y tomar decisiones informadas



Información proporcionada por la Nutrióloga:

Johanna Guadalupe Leal López.

TIPOS DE INVESTIGACION PRIMARIA

ENCUESTA

Preguntas cerradas "SI O NO" para la recolección de datos cuantitativos.
Para ser más específicos.



ENTREVISTA

Son una buena forma de conseguir interacciones cercanas con tu audiencia.



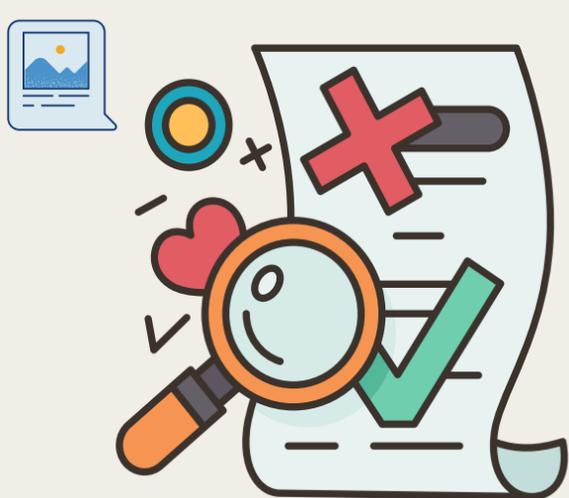
GRUPOS FOCALES

Se puede invitar a todos los participantes que quieran en una sesión feedback honesto y moderar conversación con tu audiencia.



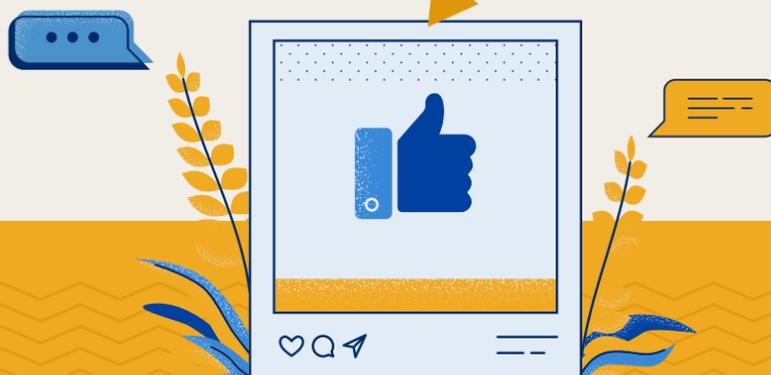
OBSERVACIONES

Incluyen la monitorización de un uso a medida que interactúa con tu producto o servicio para recopilar el feedback.



BIBLIOGRAFIA

Información proporcionada por la
Nutrióloga: Johanna Guadalupe
Leal López



OBJETIVOS

ADMINISTRATIVOS.

AYUDA A LA EMPRESA EN SU DESARROLLO.

Aplica una buena planificación y organización.



EN CONTRA DE SUS RECURSOS.

Permite que se cubran las necesidades del mercado.

SOCIALES.

01

Ayuda a favorecer las necesidades del cliente.



02

Brinda un buen servicio.



03

Gracias a la información que se obtiene en la investigación de mercado.

ECONOMICOS.

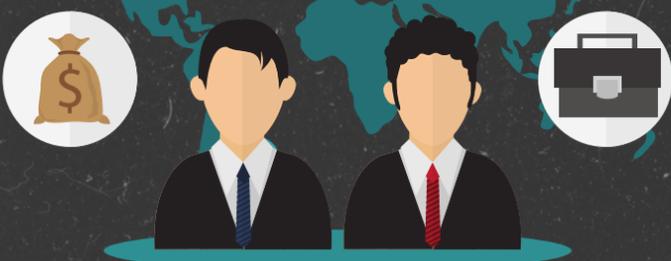
01

AYUDA A SABER EL EXITO O FRACASO.



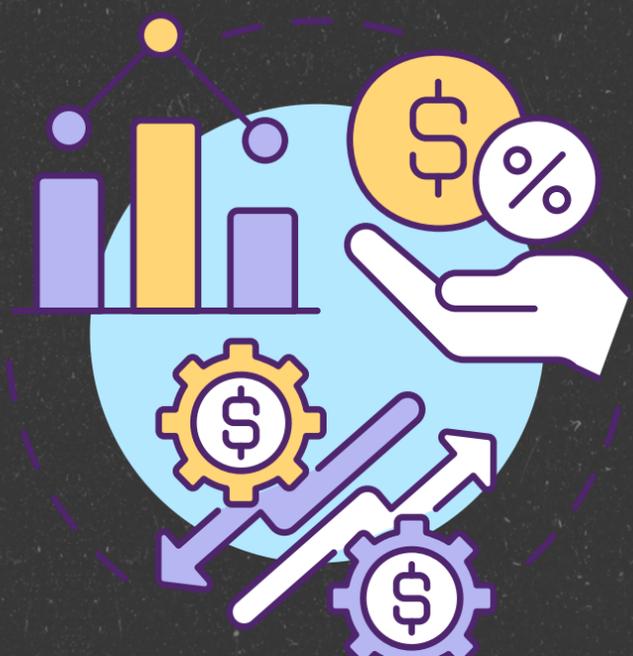
02

TERMINOS MONETARIOS.
Que tendrá la empresa



03

Si saca ala venta un nuevo producto o servicio o si entra a un nuevo mercado.



FASES DE LA INVESTIGACION DE MERCADO.

DEFINIR EL PROBLEMA

Detectar el problema que hay que resolver y establecer unos objetivos para lograrlo.



DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Determinar, la configuración de la investigación de mercado, el enfoque, la metodología o el muestreo a emplear.



OBTECCION DE LA INFORMACION

Revisar las fuentes de datos secundarios de las que se disponen internet, estudios de mercado ya publicados, para poder extraer información que interesa



TRATAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS.

Procesarlos, mediante la creación de una base de datos que sea mas fácil de trabajar con ellos.

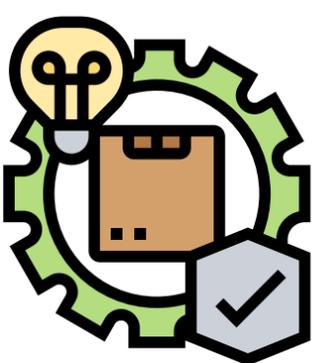


INTERPRETACION Y PRESENTACION DE RESULTADOS

Una vez que se consigue la información de tipo estadístico, se traduce a termino económico, se interpreta, se elabora el informe en que incluyen las recomendaciones.



Información proporcionada por la Nutrióloga:
Johanna Guadalupe Leal López.



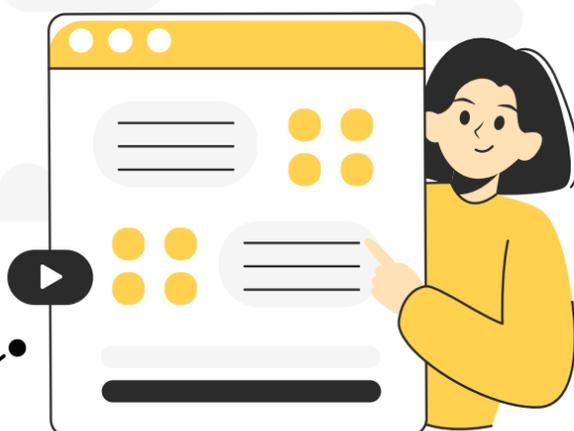
PROTOTIPO



01

¿QUE ES?

Es un primer ejemplar o modelo que nos sirve como representación o simulación del producto final.



03

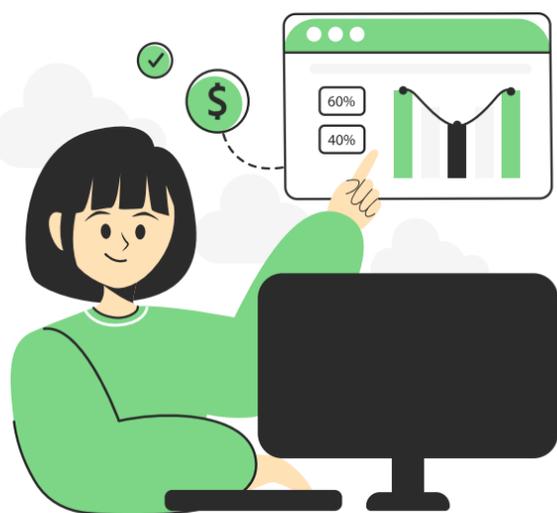
PROTOTIPO FORMAL

Es una versión mas avanzada y detallada de nuestro invento o sistema que se utiliza para validar el diseño y la funcionalidad.

02

PROTOTIPO FUNCIONAL

Es una versión temprana de un sistema que se utiliza para probar, evaluar el diseño y la funcionalidad



04

COMO REALIZARLO

Priorizar características esenciales de tu producto.



05

Estudia a la competencia

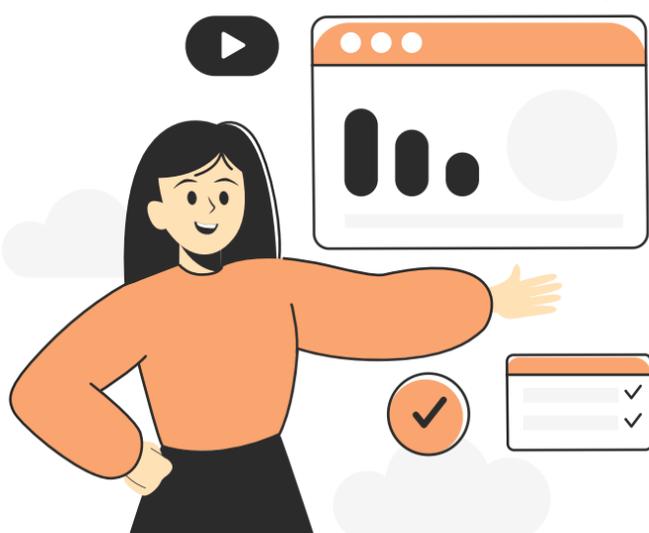
Es un parte importante en la construcción de un prototipo. Debes analizar el valor y que aporta el producto a su comunidad.



06

GASTOS DE ELABORACION

- Inversión inicial.
- Costos fijos.
- Publicidad.
- Datos de competencia.



conclusión.

Este parcial fue sobre la investigación de mercado y que beneficios nos proporciona saber acerca de este tema, entender que la recaudación de datos es esencial para poder llevar a cabo un buen manejo del producto y servicio a brindar, asimismo conocer los tipos de fuentes necesarias para la investigación y cual se adapta mejor a ti para poder llevar a cabo una investigación de mercado adecuada, precisa y contundente para una mejor presentación de mi producto a elegir para lanzar al venta.