

Investigación del mercado.

Proc.

Objetivo: Brindar información a la empresa acerca de las necesidades y preferencias de los consumidores tomando en cuenta los factores socio-económicos.

Importancia: Considero el desarrollo de una empresa y lo que provoca la pronta solución de técnicas propias y políticas.

Investigación de mercado emp. pública el objetivo es proporcionar a la administración un apoyo y ejecución del negocio.

Inv. en empresa privada desempeña un papel fundamental ya que es la base para el desarrollo que proporciona los datos necesarios.

Limitante de la libre
ligación de mercado
el desconocimiento y
falta de comprensión
• alto costo de apli-
cación
• Diferencia existente
entre la concepción

forma de hacer la
investigación del
mercado

- Concepto especial
grado
- mediante la agen-
cia que deducen su
perfeccionamiento o C.O.

Mano de obra que está
falta

cuando la empresa se
industrial, comercial
y de servicios por
en tener buena
producción y no se
sabe como mejorar
la

Definición

• Reduce considerablemente
el alto grado de
energía humana

- Ayuda a determinar
la expectativa de
evolución de la ofer-
ta y la demanda