



UNIVERSIDAD DEL SURESTE
ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS
INVESTIGACION DE MERCADO
ALDO IRECTA
ALEJANDRO LÓPEZ MARTÍNEZ

22 de mayo de 2020

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

¿QUÉ ES?

recopilación y el análisis de información, en lo **que** respecta al mundo de la empresa y del **mercado**, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.

Cuales son los tipos de investigación de mercado

Podemos querer mirar lo que pasa al mercado (enfoque descriptivo), adentrarse en la mente del consumidor (enfoque exploratorio) o manipular variables para detectar correlaciones (enfoque experimental)

Objetivos de la investigación de mercado

- **Administrativos:** Ayudar al desarrollo de la empresa o negocio mediante una correcta planeación, organización y control del recurso tanto material como humano, para así poder cubrir las necesidades específicas dentro del mercado en el tiempo exacto.
- **Sociales:** Satisfacer las necesidades específicas del cliente mediante un bien o servicio requerido, es decir, que el producto o servicio cumpla con los requerimientos y deseos del cliente cuando sea utilizado.
- **Económicos:** Determinar el grado económico del éxito o fracaso que pueda tener una empresa al ser nueva en el mercado, o en su defecto introducir un nuevo producto o servicio para así poder saber con seguridad las acciones que se deben implementar.

AMAI

ASOCIACIÓN MEXICANA DE AGENCIAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO es el organismo encargado de mantener la transparencia y calidad en la investigación de mercados en México, estableciendo estándares de calidad y de niveles socioeconómicos.

Funciones del investigador de mercado

Planea y define los Estudios de Investigación de **Mercado** de las Marcas de Grupo Modelo en forma Nacional y Regional de acuerdo a las necesidades, objetivos y planes de mercadotecnia de cada una de ellas, conforme a la segmentación de **mercado**, consumidores, canales y clientes.