



UNIVERSIDAD DEL SURESTE
ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS
INVESTIGACION DE MERCADO
ALDO IRECTA
SERGIO EDUARDO LUCATERO GUDIÑO

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

tipos

- **enfoque descriptivo:** toma en cuenta opiniones agradables o desagradables de los objetos, pero nunca planea o propone mejorar a los objetivos
- **enfoque exploratorio:** aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos.
- **enfoque experimental:** manipula una o más variables de estudio, para controlar el aumento o disminución de esas variables y su efecto en los conductos observadas.

¿qué es?

Es una técnica que permite recopilar datos de cualquier tipo para poder conocerlo, para que posteriormente se puedan interpretarlos y hacer uso del mismo.

Objetivo

- **Administrativos:** es esencial desarrollo de la empresa o negocio mediante una correcta planeación, organización y control del recurso tanto material como humano.
- **Sociales:** Satisfacer una necesidad en específico de un cliente.
- **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.

Función de investigador de

Provee información a los especialistas de marketing que les ayude a la toma de decisiones.

LA 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 para un mejor funcionamiento.

