

# UNIVERSIDAD DEL SURESTE

## Investigación de mercado

Alumna: Tannia Ventura Arizmendi

Docente: Aldo Irecta Nájera

VI Cuatrimestre.

UNIDAD I

Cuadro Sinóptico: Persona libre y capaz  
de elegir

Lic. Administración y estrategia  
de negocios.

Fecha de entrega: 22/05/2020



# Investigación de mercados

es

Herramienta para la identificación, análisis y aprovechamiento sistemático de la información, con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionadas a la mercadotecnia.

## Tipos de mercado

Son

### Total

Cantidad de productos que se venden en un mercado

Probable

Mercado que muestra interés por un producto.

### Potencial

Producto que podría venderse en el futuro

Real

Consumidores de un mercado disponible

Meta

Consumidores que pertenecen a un mercado y forman parte del mercado real

## Objetivos

Tres tipos

### Administrativos

es

Ayudar al desarrollo de la empresa

### Económicos

es

Determinar el grado económico del éxito

### Sociales

es

Satisfacer las necesidades específicas del cliente

## AMAI

Significa

Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado

Se encarga de

Mantener la transparencia y calidad en la investigación de mercados en México

## Investigador de mercado

Es

Aquella persona dinámica, con capacidad para el trabajo autónomo

Cualidades

Son

Visión empresarial  
Comunicativos

Análisis e interpretación de datos  
Flexibles