

**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**



**INVESTIGACION DE MERCADOS**

**Enrique Romero Farrera**

**Investigación de mercado**

**Aldo Irecta Najera**

**20 de mayo del 2020**

**Correo electrónico: [enrique0760719@hotmail.com](mailto:enrique0760719@hotmail.com)**

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar, definir, evaluar y generar las oportunidades y problemas de Marketing.

Determinación del problema

Elaboración del diseño de investigación

Ejecución de la investigación

Comunicación de los resultados obtenidos.

CONCEPTO

FASES

ORGANISMOS

OBJETIVO

INVESTIGACION DE MERCADO

Aportar información a la empresa sobre las necesidades del mercado, ayudándola así a la definición de estrategias y consecución tomar las mejores decisiones

1992

AMAI

FUNDADA

FUNCION

Realizan investigación de mercados, opinión y comunicación; está dedicada a promover la profesionalización de la actividad, mejorar su calidad y fomentar el reconocimiento del gremio como actor comprometido con el desarrollo de México.

TIPOS

POR PRECIO

POR DISTRIBUCION

POR PROMOCION

COMPETENCIA

AYUDA A

MECANISMOS

PERMITEN

BENCHMARKING

A establecer el precio correcto en el mercado.

Que faciliten el manejo y colación de productos en los mercados.

Publicitar nuestros productos con medios de difusión adecuados.

Permite conocer y monitorear a nuestros competidores