

Licenciatura en administración.

Docente: Ing. Irecta Nájera Aldo.

Materia: investigación de mercados.

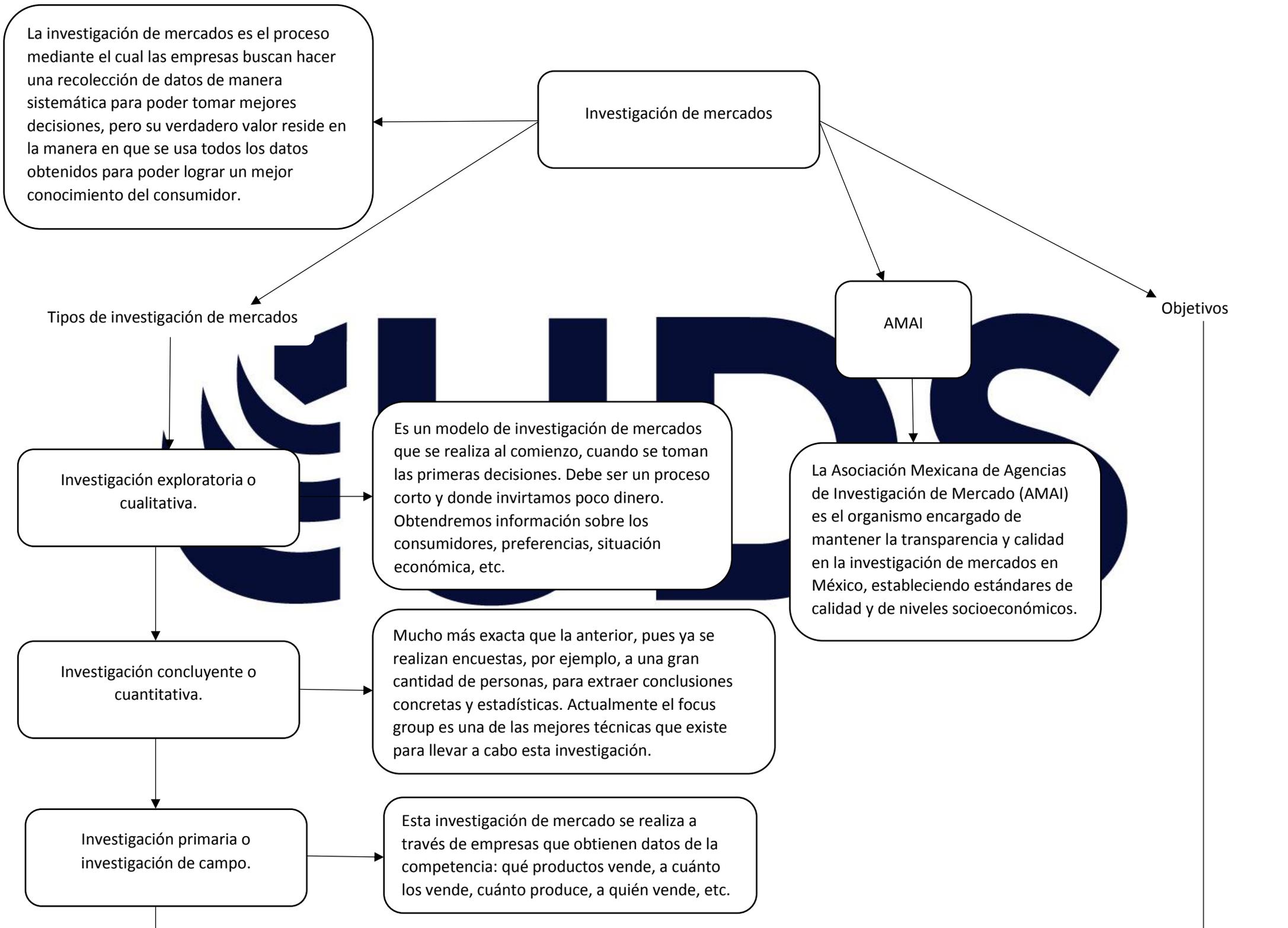
Tarea: mapa conceptual.

Alumno:

Ever Morales Noriega.

Cuatrimestre:

6°



La investigación de mercados es el proceso mediante el cual las empresas buscan hacer una recolección de datos de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones, pero su verdadero valor reside en la manera en que se usa todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento del consumidor.

Investigación de mercados

Tipos de investigación de mercados

Investigación exploratoria o cualitativa.

Es un modelo de investigación de mercados que se realiza al comienzo, cuando se toman las primeras decisiones. Debe ser un proceso corto y donde invirtamos poco dinero. Obtendremos información sobre los consumidores, preferencias, situación económica, etc.

Investigación concluyente o cuantitativa.

Mucho más exacta que la anterior, pues ya se realizan encuestas, por ejemplo, a una gran cantidad de personas, para extraer conclusiones concretas y estadísticas. Actualmente el focus group es una de las mejores técnicas que existe para llevar a cabo esta investigación.

Investigación primaria o investigación de campo.

Esta investigación de mercado se realiza a través de empresas que obtienen datos de la competencia: qué productos vende, a cuánto los vende, cuánto produce, a quién vende, etc.

AMAI

La Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado (AMAI) 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.

Objetivos

