



# Mi Universidad

## Cuadro Sinóptico

*Nombre del Alumno: Elías Hernández de los Santos.*

*Nombre del tema: MERCADO.*

*Parcial : I*

*Nombre de la Materia: Investigación de Mercados.*

*Nombre del profesor(a): Mtro. Aldo Recta.*

*Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios.*

*Cuatrimestre: 6to.*

*Fecha de entrega: 10/07/23*

# MERCADO

## ¿Qué es un mercado?

Conjunto o grupo de compradores potenciales o ya consumidores de un producto o servicio.

## ¿Quiénes participan?

Personas, entidades o empresas en general que tengan una necesidad.

Entran detalles como una buena identidad de marca o acciones de marketing que sean coherentes con los objetivos.

## Tipos de mercado

### Por tamaño

- Grandes.
- Medianos.
- Pequeños.

### Otras perspectivas

- Por la superficie en la que se desenvuelven.
- Por la cantidad de productos que desplazan.
- Según el público que tienen.

### Por factores de producción

- Mercado de materias primas.
- Mercados financieros.
- Mercado laboral.

Se intercambian los factores productivos como las materias primas, el capital y el trabajo.

### De bienes y servicios.

Es donde se compran distintos tipos de bienes y servicios que se producen en el mercado.

Los demandantes por lo general son personas y familias.

## ¿Qué es la segmentación de mercado?

Consiste en dividir el público de una marca o negocio en grupos más pequeños, que se identifican por ciertas características que comparten entre sí.

### Variables para segmentar

- Geográficas.
- Demográficas.
- Psicográficas.
- Conductuales.

## CUESTIONARIO

- 1.-¿Qué es la investigación de mercados? R= Proceso sistemático para obtener información que sirve a la empresa en la toma de decisiones, para señalar planes y objetivos, así como para controlar que éstos se cumplan.
- 2.-¿Cuáles son los objetivos de la investigación de mercados? R= Conocer al consumidor, disminuir los riesgos, e informar y analizar la información.
- 3.-¿Cuáles son los dos aspectos en que se clasifican la investigación de mercados? R= Identificación del problema e investigación para la solución del mismo.
- 4.-¿Qué significan las siglas amai? R= Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública.
- 5.-¿Qué es la amai? R= Es una organización independiente de empresas que realizan investigación de mercados, opinión y comunicación.
- 6.-¿Qué es el mercado? R= Es un conjunto de clientes con unas necesidades que satisfacer, recursos para pagar esas necesidades y deseo de satisfacerlas.
- 7.-¿Qué abarca la función del investigador de mercados? R= Una de las facetas más importantes y fascinantes del marketing.
- 8.-¿Cuál es la definición de investigación de mercados según la American Marketing Association? R= 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. Supervisar el desempeño así como acrecentar la comprensión del Marketing como un proceso.

9.-¿Cuándo fue fundada la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado? R= 1992

10.-¿Cuáles son los tipos de investigación? R= Por precio, por distribución, por promoción y por competencia.

## BIBLIOGRAFÍA

Roca, C. (2022, octubre 13). *Qué es el mercado*. ThePower Business School;

ThePowerMBA. <https://www.thepowermba.com/es/blog/que-es-el-mercado-conceptos-de-marketing-digital>

*Tipos de mercado: ¡descubre en cuál se ubica tu negocio!* (s/f).

<https://www.crehana.com>. Recuperado el 10 de julio de 2023, de

<https://www.crehana.com/blog/negocios/tipos-de-mercados/>

Pursell, S. (2023, junio 19). *Qué es la segmentación de mercado: tipos, variables y ejemplos*. Hubspot.es.

<https://blog.hubspot.es/marketing/segmentacion-mercado>