



SUPER NOTA

Nombre del Alumno: CECCIA MARIAN DELGADO GONZALEZ

Nombre del tema: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Parcial: 6

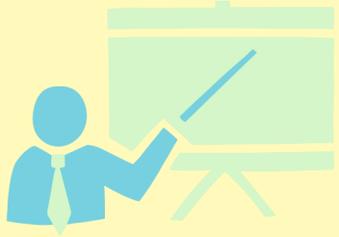
Nombre de la Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Nombre del profesor: ALDO IRECTA

Nombre de la Licenciatura: LAE

Cuatrimestre: 6

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



¿QUÉ ES?

Es el proceso de recolección, análisis e interpretación de datos sobre un mercado, producto o servicio. Su propósito es comprender el comportamiento del consumidor y facilitar la toma de decisiones estratégicas

tipos

- según su enfoque (cualitativa, cuantitativa)
- según su objetivo (exploratoria, descriptiva, casual)
- según la fuente de datos (primaria, secundaria)

objetivos

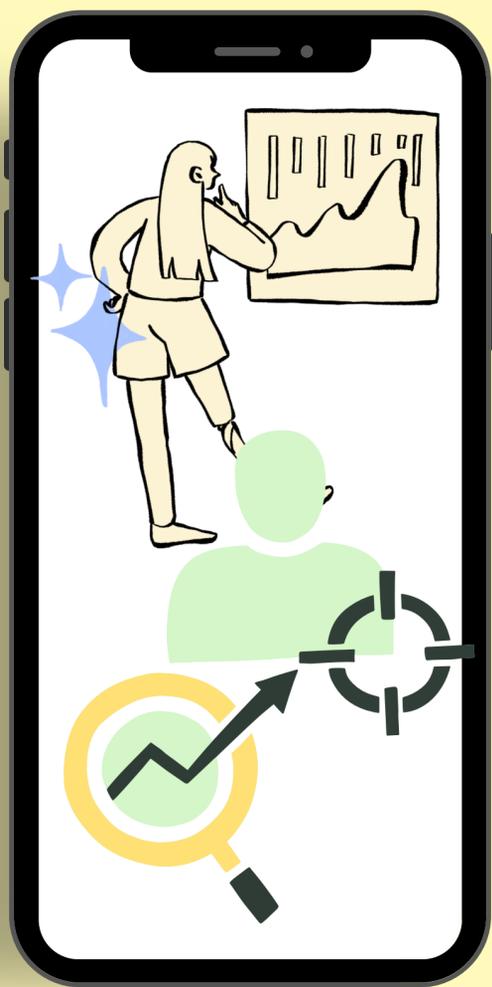
- conocer al consumidor
- evaluar el mercado
- minimizar riesgos
- identificar la competencia
- mejorar productos
- diseñar estrategias

funciones

un investigador de mercados, debe definir el problema de investigación, diseñar metodología, crear herramientas de recolección, analizar resultados y presentar informes.

AMAI

AMAI significa Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión. Es una organización que agrupa agencias del sector en México, promueve buenas prácticas y ofrece herramientas como la clasificación socioeconómica AMAI.



En resumen, la investigación de mercados es una herramienta esencial para cualquier empresa que desee tener éxito en un mercado competitivo. Al comprender mejor el mercado y sus clientes, las empresas pueden tomar decisiones más informadas y desarrollar estrategias más efectivas.