



MARIANA PAOLA ORTIZ
SOLÍS

ADMINISTRACIÓN Y
ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

SÚPER NOTA

INVESTIGACIÓN DE
MERCADOS

LIC. ALDO IRECTA

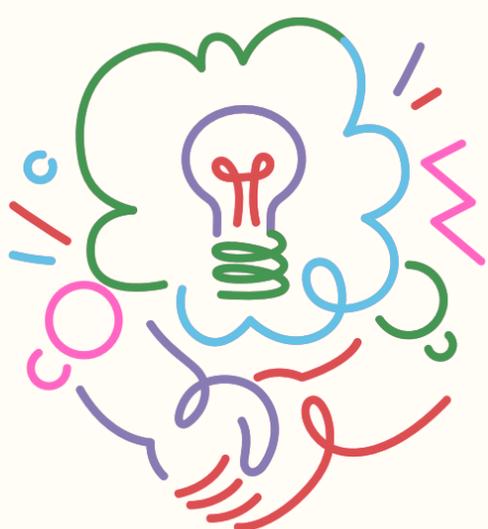
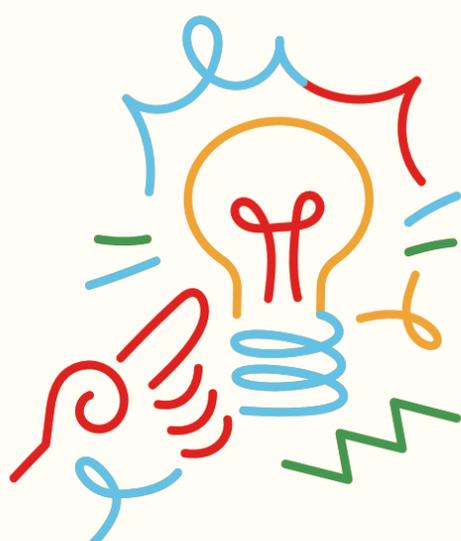
6 CUATRIMESTRE

Mariana Ortiz

SÚPER NOTA

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

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.



TIPOS

- Por Precio: Fijar el precio adecuado
- Por Distribución: ¿Qué distribuidor manejará el producto?
- Por Promoción: ¿se cuenta con medios eficaces de publicidad?
- Competencia: ¿Con quién se compite?

OBJETIVOS

- Conocer al consumidor
- Disminuir los riesgos
- Informar y analizar la información



AMAI

La AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública) Es una organización independiente de empresas que realizan investigación de mercados, opinión y comunicación



FUNCIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Aporte de información para la identificación de problemas y soluciones de marketing, de tal manera que puedan emprenderse acciones

