



Nombre del alumno (a): Josefa Pérez Magaña

Nombre del profesor: Aldo Irecta Nájera

**Nombre del trabajo: Actividad 1. Cuadro sinóptico.
Investigación de mercados**

Materia: Investigación de mercados

Grado: Sexto cuatrimestre

Villahermosa, Tab, a 9 de julio de 2025

La investigación de mercados es un proceso sistemático que permite recopilar, analizar e interpretar información relacionada con un mercado, los consumidores, la competencia y el entorno, con el objetivo de tomar decisiones estratégicas más acertadas.

Este proceso ayuda a las empresas a identificar necesidades, evaluar oportunidades, conocer tendencias y reducir riesgos en la toma de decisiones. También permite diseñar productos o servicios adecuados a los gustos y preferencias del público objetivo, como es conocer las características del consumidor (edad, ingresos, gustos, hábitos), identificar la demanda real y potencial del producto, evaluar la competencia y sus estrategias, entre otras.

¿Qué es un mercado?

Desde un enfoque económico y técnico, un mercado es el conjunto de actividades mediante las cuales interactúan los oferentes (productores o vendedores) y los demandantes (consumidores o compradores), con el objetivo de realizar intercambios de bienes y servicios a un precio determinado.

El mercado funciona como un mecanismo social de autorregulación, en el que la oferta y la demanda tienden a equilibrarse, permitiendo asignar recursos eficientemente.

Hoy en día, los mercados no requieren un lugar físico para operar, ya que pueden desarrollarse en espacios virtuales o digitales, siempre que existan intenciones de compra y venta.



Tipos de mercado que existen

MERCADO DE BIENES Y SERVICIOS

Donde se compran y venden productos o servicios de consumo. Las empresas son los oferentes y los consumidores los demandantes.

MERCADO DE FACTORES DE PRODUCCIÓN

Donde se intercambian los recursos necesarios para producir (materias primas, capital, trabajo):
Se dividen en:

- 1) MERCADO DE MATERIAS PRIMAS.
- 2) MERCADO FINANCIERO: Mercado monetario (inversiones a corto plazo), Mercado de capitales inversiones a largo plazo), Mercado laboral (intercambio de trabajo por salario).
- 3) MERCADO TOTAL: Incluye la totalidad de productos o servicios vendidos en un mercado, sin importar la empresa.
- 4) MERCADO POTENCIAL: Es la cantidad de productos que podrían venderse en el futuro.
- 5) MERCADO PROBABLE: Es la parte del mercado que muestra interés real en un producto.
- 6) Mercado meta u objetivo: Segmento específico al que la empresa dirige sus productos.
- 7) Mercado real o efectivo: Personas que efectivamente adquieren el producto.

Tipos de mercado en base al comprador



Segmentación de mercado

La **segmentación de mercados** es el proceso mediante el cual una empresa divide un mercado amplio y heterogéneo en grupos más pequeños y homogéneos, llamados segmentos, que comparten características similares como edad, género, nivel socioeconómico, intereses o ubicación geográfica.

El objetivo de la **segmentación** es identificar al público ideal para un producto o servicio, para así adaptar las estrategias de marketing (producto, precio, promoción y distribución) de formas más efectivas.

Esta segmentación puede hacerse en base a criterios:

- Geográficos** (zona, clima, ciudad).
- Demográfico** (edad, género, ingresos, educación).
- Psicográfico** (estilo de vida, valores, personalidad).
- Conductuales** (hábitos de compra, lealtad, uso del producto).



Cuestionario

1.-¿Qué es la investigación de mercados?

Es un 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?

Se consideran tres objetivos básicos: 1) conocer al consumidor, b) Disminuir los riesgos e 3) Informar y analizar la información.

3.-¿Cuáles son los dos aspectos en que se clasifican la investigación de mercados?

- Investigación cuantitativa.
- Investigación cualitativa.

4.-¿Qué significan las siglas amai?

AMAI Significa Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública, A.C.

5.-¿Qué es la amai?

Es una asociación que agrupa a las principales agencias dedicadas a la investigación de mercados y opinión pública en México. Se encarga de establecer estándares de calidad y ética profesional.

6.-¿Qué es el mercado?

Es el conjunto de personas o unidades de negocios que consumen o utilizan un producto o servicio.

7.-¿Qué abarca la función del investigador de mercados?

- Investigación para la identificación del problema
- Investigación para la solución del problema

Esta clasificación destaca que la investigación no solo detecta lo que está ocurriendo (problemas u oportunidades), sino que también busca proponer soluciones que guíen la toma de decisiones en marketing.

Cuestionario

8.-¿Cuál es la definición de investigación de mercados según la American Marketing Association?

“La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador mediante información usada para identificar y definir oportunidades y problemas de marketing”.

9.-¿Cuándo fue fundada la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI)?

La AMAI fue fundada en 1992.

10.-¿Cuáles son los tipos de investigación?

- Investigación por precio: Fijar el precio adecuado, la importancia que da el comprador al precio.
- Investigación por distribución.
- Por promoción.
- Por competencia

Fuente:

1. Antología: <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LAN/0ac47d48e797a0f44f1059b759a77654-LC-LAN602%20INVESTIGACION%20DE%20MERCADOS.pdf>

Recurso:

1. <https://fileservice.s3mwc.com/storage/uds/biblioteca/2025/07/kX8058kkXTlr8u3ZqKli-clase 1 mkt-4-investigacion-de-mercados-l-fischer.pdf>
2. <https://fileservice.s3mwc.com/storage/uds/biblioteca/2025/07/kOiRYkbS26xiNWkusAYU-clase 2 Investigacion de mercados.pdf>

Imagen: <https://n9.cl/kdtu6s>, <https://n9.cl/2bo9s>, <https://n9.cl/pzdvo>, <https://n9.cl/7sxhh>, <https://n9.cl/w21my>, <https://n9.cl/48jsnw>.