

# Generalidades de la investigación de Mercados

# Método científico

- Procedimiento de investigación formalizado que se caracteriza por ser lógico, objetivo, sistemático, confiable, válido, impersonal y continuo.

# Aplicación

- Análisis de la demanda
  - Calcular la demanda de cierto producto y las razones en que se funda.
- Evaluación de logística
  - Información de logística que permite a los investigadores de mercado realicen análisis de costos totales y sensibilidad del servicio.

# Aplicación

- Estudios de investigación de de mercados
- Estudios de satisfacción de los clientes:
  - Evalúa las fortalezas y debilidades percibidas por los clientes en la mezcla de marketing de la compañía.
- Estudios de calidad en el servicio:
  - Diseñados para medir el grado en que la organización concuerda con la calidad que esperan los clientes.

# Aplicación

- Análisis de mercado objetivo
  - Examen de la información para identificar a las personas ó compañías que quiere atender la empresa.
- Prueba de conceptos y productos y mercados de prueba
  - Información para la toma de decisiones sobre mejoras de productos e introducción de productos nuevos.

# Aplicación

- Estudio de beneficios y Estilos de Vida
  - Estudio de las semejanzas y diferencias en las necesidades de los clientes.
  - Se pueden identificar 2 o más segmentos de mercado para los servicios o productos ofertados.
- Análisis de importancia y desempeño
  - Método de investigación para evaluar las estrategias, fortalezas, limitaciones y planes futuros de los Competidores.

# Utilidad

- Sistema de apoyo en las decisiones de marketing
- Análisis de producto
  - Identificar la importancia relativa de los criterios de selección de un producto que aplican los compradores y calificar la marca con dichos criterios.

# Medios

- Agencias facilitadores
- Universidades
- Centros de investigaciones
- Unidades dentro de la empresa