

Investigación de Mercados.

5 Conceptos para definir *Investigación de Mercados*.

- 1.-La Investigación de Mercados es el procedimiento sistemático de recopilar, registrar y analizar todos los datos relacionados con los problemas en la comercialización de bienes y servicios.
- 2.- Investigación de mercados: especificación, recolección, análisis e interpretación de la información que vincula a la empresa con su segmento de mercado
- 3.-Investigación de Mercados es la que vincula a la organización, obteniendo información para ayudar a la administración a entender el medio ambiente, a identificar problemas y oportunidades, y a desarrollar y evaluar cursos de acción de mercadotecnia.
- 4.-Investigacion de Mercados es la búsqueda sistemática y objetiva y el análisis de la información relevante para la identificación y solución de cualquier problema en el campo del mercadeo.
- 5.- Investigación de Mercados es la recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia. Comienza con la definición del problema y termina con un informe y recomendaciones de acción.

5 Usos para poder aplicar la Investigación de Mercados.

- 1.- Para las campañas políticas.
- 2.- Cuando se lanza un nuevo producto al mercado.
- 3.- Para posicionar un producto a un segmento nuevo.
- 4.- Para dar un servicio mas costoso en algún producto.
- 5.- Cuando las ventas bajan.

[illegible][illegible]

¿Quiénes la usan?

- 1.- Editores, Radiodifusoras, Gobierno.
- 2.- Productores de bienes de consumo.
- 3.- Fabricantes de productos industriales.
- 4.- Agencias Publicitarias.
- 5.- Universidades, colegios e institutos.
- 6.- Industrias extractivas.

- 7.- Empresas agropecuarias ó agroindustriales.
- 8.- Compañías de relaciones publicas.
- 9.-Servicios de transporte, comercio y construcción.