

Proceso de Investigación de mercados

La investigación de mercados es el proceso a través del cual se recolecta determinada información procedente del mercado con el fin de ser analizada y en base a dicho análisis, poder tomar decisiones o diseñar estrategias.

La investigación de mercados es la función que relaciona al consumidor, al cliente y al público con el especialista de marketing, a través de información que se utiliza para identificar y definir oportunidades y los problemas de marketing; generar, seleccionar y evaluar las acciones de marketing, monitorear el desempeño de las estrategias.

Un sistema de información de marketing consta de personal, equipo y procedimientos para reunir, clasificar, evaluar y difundir información necesaria, oportuna y exacta para aquellos que toman las decisiones de marketing.

Character

- Búsqueda
- Selección

Recorrer

- Agrupación
- Segmentación

- Evaluación
- Interpretación

Análisis

Realizar

1 Que diferencia existe entre la investigación cualitativa y cuantitativa.

R/ La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables... la diferencia fundamental entre ambas metodologías es que la cuantitativa estudia la asociación o relación entre variables cuantificadas y la cualitativa lo hace en contextos estructurales y situacionales.

2 como se realiza un estudio del entorno.

R/ Selección del subentorno principal.

- establecimiento de los factores críticos de vigilancia.
- Selección de las fuentes de información más relevantes.
- automatización de proceso de captura y selección de información.
- Difusión de los contenidos, datos e informaciones.

3 como se analiza, evalúa e interpreta una información.

R/= El análisis consiste en separar los elementos básicos de la información y examinarlos con el propósito de responder a las distintas cuestiones planteadas en la investigación. La interpretación es el proceso mental mediante el cual se trata de encontrar un significado más amplio de la información empírica recabada.

4 como se ordena la información para ser agrupada y posteriormente analizada.

R/= analizando la información recopilando información y entender muy bien los datos dados basados también. Puede ser usada posteriormente para recoger más información.

5