

uds

Mapa mental

Investigación de mercado

Lic. Brian Eduardo Castro Aviles



La investigación en precios. Los estudios de fijación de precios implican encontrar la cantidad de sacrificio monetario que mejor representa el valor que los clientes perciben en un producto. Es decir, cuantificar el valor del producto en unidades monetarias tras descontar los costes asociados (psicológicos, físicos, etc.).



La investigación sobre comunicación es quizás la más popular y con la que tenemos mayor familiaridad. Se evalúa por ejemplo la eficacia de la publicidad, cómo perciben los clientes los anuncios, si son recordados, o cómo inciden en su comportamiento de compra



Analizar el rendimiento de marketing Una vez que la estrategia de marketing ha sido implantada, la organización o empresa puede emplear la investigación de mercados para informar acerca del grado de ejecución de las tareas planificadas y los resultados que se están alcanzando, incluso en tiempo real. Es decir, podemos emplear la investigación de mercados para evaluar y controlar las actividades de comercialización y venta



La ética en la investigación de mercados es el estudio ético en la investigación de mercados es importante por al menos tres razones: el trato a las personas, la reputación corporativa y la fidelidad y elección de los clientes. La investigación de mercados a menudo implica el contacto con los encuestados y el público en general. Por lo tanto, existe la posibilidad de abuso o mal uso de la investigación de marketing mediante el aprovechamiento de estas personas.

Scott M. Smith and Gerald S. Albaum. AnIntroduction to Marketing Research, 2010, hay una serie de consideraciones éticas que surgen tanto en la realización de proyectos de investigación de mercados como para las actividades de marketing en general. Muchas de estas cuestiones éticas son el resultado de las actividades de marketing que se realizan con el pretexto de las encuestas.