

# INVESTIGACION DE MERCADO

Lic. en administración de empresas  
GIBRAN DE JESUS HERNANDEZ AGUILAR

### **Sistemas de información de la mercadotecnia**

Puede definirse como un conjunto de relaciones estructuradas, donde intervienen los hombres, las máquinas y los procedimientos, y que tiene por objeto el generar un flujo ordenado de información pertinente, proveniente de fuentes internas y externas a la empresa, destinada a servir de base a las decisiones dentro de las áreas específicas de responsabilidad de marketing.

**Investigación de mercados** fundamenta el primer esbozo sobre el que construimos cualquier estrategia de marketing. Si quieres entrar en un sector de la economía productiva con un producto o servicio te verás obligado a elegir.

### **Aplicaciones de la investigación de mercados**

, Análisis del consumidor: Usos y actitudes, Efectividad publicitaria, Análisis de producto, Estudios comerciales, Estudios de distribución, Medios de comunicación, Estudios sociológicos y de opinión pública:

### **Proceso de la investigación de mercados**

Es un conjunto de cinco pasos sucesivos que describen las tareas que deberán realizarse para llevar a cabo un estudio de investigación de mercados Este conjunto de cinco pasos, incluye: 1) Definición del problema y de los objetivos de la investigación, 2) diseño del plan de investigación, 3) recopilación de datos, 4) preparación y análisis de datos, y 5) interpretación, preparación y presentación del informe con los resultados.

### **El diseño de la investigación**

Es el plan para la realización del proyecto de investigación de mercados, éste determina el procedimiento para la obtención de información y el análisis de datos con el fin de resolver el problema de investigación.

### **Definir un problema de investigación**

es el combustible que impulsa el proceso científico y constituye la base de cualquier método de investigación y diseño experimental, desde un experimento verdadero hasta un estudio de caso.