Mesa editorial Merca2.0. (2017). Premios Merca2.0: Reconocimiento a lo mejor de la industria. Febrero, 23, 2018, de Merca2.0 Sitio web: <https://www.merca20.com/premios-merca2-0-reconocimiento-a-lo-mejor-de-la-industria/6/>

Si hay un elemento clave en mercadotecnia y publicidad esa es la investigación de mercados, que permite, entre otras cosas, tener más y mejor información para tomar decisiones acertadas.

México se colocó como el segundo país con el crecimiento más rápido en investigación de mercados en América Latina durante 2016, con 10.6 por ciento, con 391 millones de dólares, sólo detrás de Brasil, que registró 513 millones de dólares según datos de ESOMAR, proyectados por Statista.

Guerrero O., Alcántara R. . (2016). Sesión de grupos (Focus Group) en cámara de Gessell. febrero, 23, 2018, de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Sitio web: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/239/235>

### Sesión de grupos (Focus Group) en cámara de Gessell

Las sesiones de grupo o “focus group” constituyen una valiosa herramienta de la investigación cualitativa para la mercadotecnia, principalmente en la investigación de mercados y el estudio del comportamiento de consumidor.

Esto se logra mediante la recopilación y posterior análisis de las opiniones aportadas por los integrantes de la sesión; para conocer intereses, motivos y emociones que llevan al comprador a tomar decisiones referentes a bienes y servicios. Comúnmente estas sesiones de grupo se desarrollan en una instalación conocida como “Cámara Gessell”, espacio adecuado para este tipo de actividades.

Para desarrollar un focus group, se contemplan grupos de siete u ocho participantes, los cuales han sido elegidos previamente de acuerdo a criterios de selección.

Para mejores resultados se recomienda realizar dos o más sesiones de grupo en una investigación de mercados, lo cual permite contar con el material suficiente para realizar comparativos entre grupos y con ello, obtener detalles significativos que permitan un análisis efectivo.

El desarrollo de esta práctica pretende mostrar el uso básico del focus group en la investigación de mercados mediante una plática – discusión, en la cual se pretende conocer de cada participante las motivaciones para tomar decisiones de compra/consumo.

Competencia directa

Toschi <http://www.toschi.com.mx>

<http://www.ldv-focusgroups.com>

<http://dinamia.com.mx>

<http://www.camarasdegesell.com>

<http://www.evidens.com.mx>

<http://www.mtsmercadotecnia.com>

<http://www.focus.mx/soluciones/productos-focus/camara-gesell>

https://www.tendenciaim.com/camara-de-gesell/

<http://www.servimer-research.com/servicios-estudios-cualitativos.phtml>

<http://inmaye.com.mx/camara-gesell>

http://www.ideativa.com.mx/mercadotecnia-camara-gesell-cctv.html

http://www.ldv-focusgroups.com

http://www.onmarketresearch.net/es/index.html

http://www.e-lem.com/faq.html

http://www.salagesell.com.ar

http://www.ishamkt.com

http://www.agora-site.com

http://www.fieldworkmexico.com/renta-de-camaras-de-gesell-en-mexico-2/

<http://renta-de-camara-gesell.infored.com.mx>

Candidatos

[alonsorafael19@gmail.com](mailto:alonsorafael19@gmail.com) na ok

[hugofckot@live.com](mailto:hugofckot@live.com) w ok

[gnjuram87@hotmail.com](mailto:gnjuram87@hotmail.com) t ok

[a.vences0791@gmail.com](mailto:a.vences0791@gmail.com) @andrezvences

[Astrodanniel@gmail.com](mailto:Astrodanniel@gmail.com) e

[josue.a.ventas@gmail.com](mailto:josue.a.ventas@gmail.com) w ok

[Emmajesuss@hotmail.com](mailto:Emmajesuss@hotmail.com) w ok

Camara de Gesell para menores? <http://www.elpaisonline.com/index.php/2013-01-15-14-16-26/cronica/item/252163-instalan-camara-de-gesell-mas-moderna-de-tarija>