Clase 2 Mercados.

Los estudios de mercados no deben decidir por nosotros.

**Existen estudios de mercado (adhoc):**

**Estudios Sindicados:**

por ejemplo Nilsen hace un producto que es la venta de yogurt en supermercado y lo puede comprar el que quiera. Ellos cuentan a partir de lo que pasa por caja, o tener hogares panelizados, donde los monitorean.

O hacer estudio de imagen y producto por departamento, y el estudio tal cual se le vende por departamento completo.

Esto es mas barato que el adhoc

**Datos Propios:**

Analizar que ha pasado cuando he cambiado formulaciones. O ver historial de mis ventas.

**Base de datos de clientes:** no es necesario gastar plata en un estudio, si analizando el comportamiento de los clientes.

**BIG DATA:**

Google trends, búsquedas determinadas para una palabra.

INVESTIGACION DE MERCADOS ONLINE:

Estudios Cuantitativos

* Selección de la Muestra

. Paneles🡪 empresas de panel, personas que se han inscrito para responder encuestas

. DB Clientes/Consumidores

Estudios Cualitativos

* Focus Group on – line 🡪 muestras chicas, conversaciones. Conversar online, no han tenido tanto exito
* Bulletin board🡪 dura 1 semana no necesariamente en línea, osea puedo contestar cuando quiero. Estilo Facebook.

Medios Sociales (Social Media Research)

Cada metodología tiene su sesgo.

AIM, empresas de asociación de investigadores de mercado.

Para el modelo GSE siempre hay la misma cantidad de personas por segmento, lo que va cambiando es el ingreso mínimo. (porque es lo que los describe pero no clasifica)

Y para clasificar se ve el trabajo y nivel de educación de cada uno.