CAPÍTULO II

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1. Objetivos del Estudio de Mercado

- Determinar el Top of Mind de los consumidores frecuentes de salsas, cremas y aderezos.
- Definir las motivaciones de compra de los consumidores de salsas, cremas y aderezos.
- Conocer las actitudes y opiniones de los consumidores sobre el uso de yogur para acompañar las comidas, así como el potencial que tiene la marca en el mercado.
- Conocer el insight del grupo objetivo de la nueva línea de productos y desarrollar la campaña de comunicación efectiva.