



Nombre de la alumna:

ARIADNA ALBORES ESCALANTE

Nombre del profesor:

**MYREILLE ERENDIRA RODRIGUEZ
ALFONZO**

Nombre del trabajo:

REPORTE DE LECTURA

Materia:

PASIÓN POR EDUCAR

**DESARROLLO DE PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS**

Grado:

9°LAEN

Comitán de Domínguez Chiapas a 5 de junio del 2020.

INVESTIGACION DE MERCADOS

La investigación de mercados nos va a permitir obtener la información que necesitamos y tratarla de forma que sea realmente útil para nuestra empresa. Lo que nos va a permitir es obtener la información necesaria para comprender la situación del mercado. La demanda existente, o previsible, los competidores, distribuidores y otros elementos que nos puedan afectar. Este aspecto será realmente importante, pues un exceso de información, o la información equivocada, puede no sernos de utilidad, e incluso ser perjudicial.

Elementos de la investigación de mercados

Aquí llegamos a conocer la investigación comercial, dicha palabra muchas veces se llega a confundir con la investigación de mercados, pero la investigación comercial es mas clara y precisa, los fines que sigue la investigación comercial es:

- a) Proporcionar información que ayude a comprender el mercado y el entorno.
- b) Identificar problemas y oportunidades.
- c) Desarrollar y evaluar cursos de acción alternativos.

Aplicaciones de la investigación de mercados

La aplicación de investigación de mercado se puede definir como la recopilación y análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizado de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing.

Dentro de ella se puede investigar varios puntos del mercado, entre ellos:

- Generales:
- Investigaciones sobre el producto
- Investigaciones sobre el precio
- Investigaciones sobre distribución
- Investigación sobre ventas
- Investigaciones sobre publicidad y relaciones públicas

Procesos de la investigación de mercados

Para poder investigar el mercado en el que va a entrar nuestra empresa son cuatro puntos los que deberemos de investigar los cuales son: el diseño de la investigación de mercados, la obtención de la información, el tratamiento y análisis de los datos y la interpretación de los resultados y presentación de conclusiones.

Diseño de la investigación de mercados

Para empezar con el diseño de la investigación de mercados debemos tener en claro y definir el problema a investigar, que se quiere investigar y que aspectos precisos queremos investigar y ante esto tendremos que contrastar con alguna hipótesis.

Tipos de investigación

Ya que tenemos bien definido todos los puntos anteriores y los objetivos de la investigación debemos de escoger uno de los tres estudios y ver cual es el que mejor nos conviene para realizar nuestra investigación, los estudios que existen son los siguientes:

- Estudios exploratorios, es el descubrimiento de ideas y conocimientos.
- Estudios descriptivos o correlacionales, tiene como finalidad describir las características de ciertos grupos, determinar la frecuencia con que ocurre algo, estimar la relación entre dos o más variables o efectuar predicciones.
- Estudios experimentales o causales, idóneo para contrastar hipótesis y establecer relaciones de causa-efecto, por el control que proporciona al investigador.

Especificación de la hipótesis

La especificación de la hipótesis es cuando nos adelantamos a los resultados y lo que se espera obtener con la investigación, a donde planeamos llegar con el estudio que realizaremos.

Definición, clasificación y medidas de las variables

Aquí estudiamos las variables que puede tener el problema que estamos investigando y de ello se desprenden cuatro puntos importantes, los cuales son:

- Comportamientos.
- Atributos.
- Actitudes/opiniones.
- Motivaciones o necesidades.