



**Nombre de alumno: Gencov Yae Montes
Morales**

**Nombre del profesor: Myreille Eréndira
Rodríguez Alfonso**

Nombre del trabajo: Reporte de lectura

**Materia: Desarrollo de pequeñas y medianas
empresas**

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 9°

Comitán de Domínguez Chiapas a 5 de junio de 2020.

Investigación de mercados.

Una investigación de mercados te ayuda a conocer las intenciones de compra de los consumidores, o te da retroalimentación acerca del crecimiento del mercado al que perteneces.

A través de una investigación puedes descubrir también información valiosa que te sirva para estimar los precios de tu producto o servicio y encontrar un punto de equilibrio que te beneficie a ti y a los consumidores.

La investigación de mercados tiene 3 tipos de objetivos diferentes.

- **Administrativos:** Ayudar al desarrollo de la empresa o negocio mediante una correcta planeación, organización y control del recurso tanto material como humano, para así poder cubrir las necesidades específicas dentro del mercado en el tiempo exacto.
- **Sociales:** Satisfacer las necesidades específicas del cliente mediante un bien o servicio requerido, es decir, que el producto o servicio cumpla con los requerimientos y deseos del cliente cuando sea utilizado.
- **Económicos:** Determinar el grado económico del éxito o fracaso que pueda tener una empresa al ser nueva en el mercado, o en su defecto introducir un nuevo producto o servicio para así poder saber con seguridad las acciones que se deben implementar.

- Elementos de la investigación de mercados
 - 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
 - a) Generales
 - b) Investigaciones sobre el producto
 - c) Investigaciones sobre el precio
 - d) Investigaciones sobre distribución
 - e) Investigación sobre ventas
 - f) Investigaciones sobre publicidad y relaciones públicas
- Procesos de la investigación de mercados
 - Diseño de la investigación
 - Obtención de la información
 - Tratamiento y análisis de los datos
 - interpretación de los resultados y presentación de conclusiones.
- Diseño de la investigación de mercados
 - ¿Qué se quiere investigar: comportamientos, opiniones, actitudes, percepciones, preferencias, intenciones, etc.?
 - ¿En qué aspectos de un problema parcialmente conocido se quiere profundizar?
 - ¿Qué hipótesis se quieren contrastar?

- ¿Qué variables influyen en los comportamientos, intenciones, actitudes, percepciones, etc.?

Para complementar los temas que acabo de leer, recomendaría leer el siguiente artículo

https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-mercados.html#objetivos_de_la_investigacion_de_mercados

En éste se explica de manera muy específica lo que es una investigación de mercado, de manera que complementa la información que nos brinda la antología y nos ayuda a comprender de mejor manera el tema.

Creo que el tema es de vital importancia para cualquier persona que estudia Administración, o para cualquier persona que tenga o quiera emprender un negocio, ya que nos ayuda a obtener información que puede ser vital para el éxito o fracaso del negocio.

Con esta información podremos desarrollar de mejor manera un estudio de mercado para poder obtener toda la información que necesitamos y analizar si nuestro producto/servicio será recibido como nosotros esperamos.

Como conclusión podríamos decir que la investigación de mercados es una herramienta que nos ayuda a conocer la situación del mercado así como la percepción que tienen los consumidores de ciertos productos/servicios y de ésta manera tener una idea de si algún nuevo producto o servicio podría tener éxito.