

Universidad el sureste  
Administración y Estrategia de  
Negocios

Noveno Cuatrimestre

José Alberto Aguilar Aguilar

Actividad: Reporte de lectura



(Tema y objetivo)

### **Investigación de mercados**

El objetivo de este reporte de lectura es dar a conocer en que consisten los puntos a mencionar tratando de dar a entender de una manera clara y breve en que consisten cada uno de ellos y como se conforma un estudio de mercado con sus clasificaciones.

(Ideas principales) La investigación comercial aporta al sistema de información los métodos y técnicas adecuados para obtener datos y analizarlos de forma rigurosa. Mediante la investigación comercial el sistema de información puede proporcionar los estudios necesarios que permitan elaborar estrategias comerciales efectivas, con las que se puedan alcanzar los objetivos de mercadotecnia de la organización.

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 interpretar.

“Elementos de la investigación de mercados” La investigación comercial es fundamentalmente investigación aplicada. Utiliza, por tanto, los métodos y técnicas científicos para identificar y resolver problemas de mercadotecnia.

- 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 utilidad de la investigación de mercados se pone de manifiesto en la creciente utilización de la misma por parte de las empresas y otras organizaciones.

- 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”

La realización de una investigación en mercadotecnia supone llevar a cabo una serie de fases secuenciales que pueden agruparse en las cuatro siguientes: el diseño de la investigación, 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

\*Obtención de la información

\*Tratamiento y análisis de los datos

\*interpretación de los resultados y presentación de conclusiones.

“Diseño de la investigación de mercados” La identificación del problema incluye la especificación de los objetivos de la investigación.

\*¿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?

Lectura sugerida:

Para complementar la información puedo sugerir la siguiente lectura, ya que presenta puntos y explicaciones breves y entendibles.

<https://www.informabtl.com/investigacion-de-mercado-los-articulos-que-necesitas-leer-para-este-2019/>

(Opinión sobre el contenido)

A mi parecer el contenido sobre este tema en específico es importante para nosotros que estudiamos administración, ya que es un punto de importancia que debemos saber y clasificar de una buena manera tal vez breve, pero es entendible y de gran ayuda, ya que nos hace entender de una mejor manera cada punto en el que se divide ayudándonos a elaborar de una manera correcta un estudio de mercado.

## (Conclusión)

La elaboración de un estudio de mercado es una herramienta que nos ayuda y nos permite revelar ventajas y desventajas acerca de un proyecto que se esta pensando poner en marcha, asi como para dar a conocer a nuestros consumidores nuestro producto o servicio, si es viable o no continuar con el proyecto también es lo que nos permite, esto con el fin de darnos cuenta si la idea será un éxito o un fracaso.