

**INVESTIGACION DE MERCADO**

**CATEDRATICO:**

**C.P. LEGMY YANET SANTIZO ESPINOZA**

**TRABAJO:**

**ENSAYO**

**TEMA:**

**INVESTIGACION DE MERCADO**

**PRESENTA EL ALUMNO:**

**OSMAR AGDIMAEL SOLIS CARBAJAL**

**GRADO, GRUPO y MODALIDAD:**

**6TO CUATRIMESTRE GRUPO "D"**

**DOMINGOS**

**FECHA: 06/06/2020**

**FRONTERA COMALAPA CHIAPAS, MEXICO**

## **INVESTIGACION DE MERCADO**

En el siguiente ensayo abordare todo lo que tiene que ver con el tema de Investigación de mercado que como todos sabes este se encarga de detectar todas las necesidades de los consumidores y las formas adecuadas de buscar la manera de investigar, así como diseñar estrategias todo esto con un mismo propósito. Existen muchas herramientas que son de mucha importancia para llevar a cabo este proceso, el sistema de información de la mercadotecnia es una de las herramientas con instrumentos de procedimientos que nos ayudan a obtener información, registrar y analizar datos, con el fin de haya información útil para la toma de decisiones, para ello la investigación comercial aporta información que se debe analizar para tener conocimiento de ella. Esto permite a la organización a elaborar estrategias efectivas con las que podríamos alcanzar los objetivos de mercadotecnia de la información, la investigación de mercado nos permite realizar de formas distintas algunos cuestionamientos que necesitamos conocer acerca de los clientes para conocer la demanda que existe hacia sus necesidades, existen muchas herramientas que nos son de gran utilidad y se pueden realizar de manera muy sencilla esto nos puede dar información precisa en un tiempo corto y eficaz, como lo es el precio, ubicación, que tanto podríamos vender en determinado tiempo, como le gustaría al cliente que llegara a sus manos etc. Una vez que se obtienen los datos el sistema de información debe contar con mecanismos necesarios para incorporar todo esto a una misma base de datos. Los elementos de investigación de mercado es una de las investigaciones más fundamentales, se pueden distinguir mediante la proporción de información que ayuda a comprender el mercado y el entorno, la identificación de problemas y oportunidades. Además de desarrollar y evaluar cursos de acciones alternativos. Ahora bien, tomaremos en cuenta la aplicación de la investigación de mercado ya que existen variadas formas de llevar a cabo esta aplicación en función de las áreas de la mercadotecnia y los problemas que esta trata de resolver, se pueden clasificar de la siguiente manera. Las generales dentro de este existe la estructura de mercado, potencial de mercado, la segmentación de mercado, comportamiento de los consumidores y los usuarios, análisis de planes estratégicos, análisis de la estrategia de competidores y la prueba de mercado. Dentro de la investigación sobre el producto están las siguientes, compra y uso del producto, imagen del producto, prueba del concepto, prueba del producto y modelos de ventas de nuevos productos. Investigaciones sobre el

precio dentro de este existen las estructuras de precio en este caso, los descuentos y ofertas, así como también la elasticidad de la demanda o precio, elasticidad cruzada y la percepción del precio por el comprador. Y por último la investigación sobre la distribución donde se encuentra la selección de canales de distribución, la localización de puntos de venta y almacenes y el diseño y ambientación de los puntos de venta. Por último, se encuentran las investigaciones sobre publicidad y relaciones públicas, aquí podemos encontrar la prueba del mensaje, la selección de medios y la efectividad de la publicidad e imagen de empresa.

Por otra parte, el proceso de investigación de mercados es la realización de una investigación que lleva a cabo una secuencia que se divide en cuatro grupos, que son: 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. En este proceso es importante identificar el problema a investigar, una vez teniendo en cuenta los objetivos de que se quieren alcanzar para después de esto diseñar el plan de investigación. Como tal un diseño de investigación es la estructura o un plan de estudio que nos ayuda a recolectar y analizar información importante para llevar a cabo dicho proceso, de acuerdo a esto se supone la especificación de métodos que se utilizan para adquirir información necesaria para su estructura y solucionar los problemas. Se puede clasificar la investigación de acuerdo a su diseño y existen tres diferentes tipos básicos, como lo son: el diseño exploratorio que tiene como finalidad el estudio exploratorio al descubrimiento de ideas y conocimientos, ya que trata de identificar los problemas o formularlos de forma más precisa incluyendo la identificación de variables relevantes de información. El estudio descriptivo es el siguiente diseño, es el más usual en investigación comercial, tiene la finalidad de describir las características de ciertos grupos, así como determinar la frecuencia con que ocurre algo y estimar la relación entre dos o más variables o efectuar predicciones. Y por último el diseño de estudio experimental o causal este es aún más preciso en cuanto a que es el encargado para hacer hipótesis y establecer relaciones de causa efecto, por el control que este proporciona al investigador. Dentro de los estudios causales se tienen elementos denominados que son sometidos a uno o varios tratamientos, estos producen un resultado determinado y medible en las unidades experimentales. La investigación de mercado cuenta con muchos ámbitos que son de mucha importancia para la creación de una nueva empresa tiene que ver con cada uno de los aspectos relacionados al querer emprender o mandar al mercado un producto innovador ya que este es uno de los primordiales procesos que debemos tomar en cuenta al momento de iniciar un proyecto, desde analizar lo que se

quiere emprender hasta las estrategias que deben ser seguidas para obtener buenos resultados, dentro de esta investigación podemos encontrar diversas formas de como sobrellevar las necesidades que se presentan día con día con las nuevas tecnologías y necesidades del público en general.