

INVESTIGACION DE MERCADO.

INVESTIGACION DE MERCADOS.

MTR. ICEL VERNARDO LEPE|

PRESENTA EL ALUMNO:

Merari Aminadab Ortiz González.

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6to. cuatrimestre “D” Semiescolarizado.

Frontera Comalapa, Chiapas

6 de junio del 2020

ENSAYO.

En el siguiente ensayo hablaremos de la investigación de mercados como tema en general, pudiendo decirles anticipadamente que la definición que yo tengo sobre este tema es el siguiente; es la investigación que se hace anticipadamente al mercado, es decir a los clientes potenciales de algún producto o personas que tienen necesidades para satisfacer, esta investigación puede decirse que se hace para ver si algún servicio o producto sería una buena idea a vender, además dentro de esta tema los temas que abordaremos como subtemas serán; sistemas de información de la mercadotecnia, veremos además cuales son los elementos de la investigación de mercados, así como cuáles son las aplicaciones de la investigación de mercados y como último tema veremos el proceso que hay que llevar a cabo para una investigación de mercados, comentándoles que este último sería un importante punto ya que se tendría que hacer esto para ver si alguna empresa se iría al fracaso o al éxito.

Sistema de información de la mercadotecnia.

Al hablar de sistemas a mi pensamiento viene como concepto; procedimientos, reglas o medidas, así al hablar de sistema de información puedo decir que es o son los procedimientos para poder obtener información, Peralta (2008), define sistema de información como: conjunto de elementos que interactúan entre sí con el fin de apoyar las actividades de una empresa o negocio. Esta información suele ser almacenada en estructuras de información denominadas archivos. Siendo así los sistemas de información pienso que nos pueden ayudar a administrar, recolectar, recuperar, procesar, almacenar, interpretar y distribuir información de gran importancia para los procesos fundamentales y más importantes que puede tener una empresa.

Elementos de la investigación de mercado.

Al hablar de investigación comercial o podría decirse igual como investigación de mercado se menciona que es la que aporta al sistema de información los métodos y técnicas que son más adecuados para obtener datos y analizarlos de buena forma, además la investigación comercial busca solucionar problemas que pueda tener la empresa. (Green y Tull) tienen su definición de la investigación de mercado como "la

búsqueda y análisis sistemático y objetivo de la información relevante para la identificación y solución de cualquier problema en el campo de la mercadotecnia”

Aplicaciones de la investigación de mercados.

Las aplicaciones que hay para la investigación de mercados son muchas, ya que esta investigación nos da a conocer una gran variedad de información que nos puede ser de gran utilidad y esta información nos puede ayudar a solucionar problemas que podrían ver dentro y fuera de la empresa. El PDF de apoyo nos menciona seis clasificaciones las cuales son: generales; en esta entra el potencial que tendrá la empresa, es decir la fuerza que tendrá la empresa, como otra clasificación es la investigación sobre el producto; como la imagen y el posicionamiento que tendrá el producto, la siguiente clasificación es la investigación sobre el precio; como los descuentos y las ofertas, la cuarta clasificación es investigación sobre distribución; donde estará el lugar de venta, es decir el local o la empresa, la quinta clasificación es investigación sobre ventas donde se ve el rendimiento, compensación y motivación de los vendedores y la última clasificaciones es investigaciones sobre publicidad y relaciones públicas; donde se ve la efectividad de la publicidad.

Procesos de la investigación de mercados.

Como para toda realización de una investigación se tiene que llevar una serie de pasos en secuencia y para la investigación de mercado pueden agruparse en: el diseño de la investigación; donde aquí se realiza la estructura de como se le hará para obtener respuestas a nuestras preguntas, la obtención de la información; en esta parte es donde ya se llevara a cabo el plan para empezar a obtener la información, después viene el tratamiento y análisis de los datos y por ultimo esta la interpretación de los resultados y presentación de conclusiones.

En conclusión puedo opinar que siempre tiene que ser necesario una investigación comercial antes de echar andar un negocio, esto para no irnos a la quiebra y pues malgastar el capital que uno tiene, además de que la investigación nos da información como la competencia que tenemos, cuáles serían los posible problemas que tendríamos a futuro y entre otra mucha información que es muy importante y necesaria antes de poner una empresa así sea macro o micro empresa.