

Conceptos e importancia de la investigación de mercados

INVESTIGACIÓN DE MERCADO
ICEL BERNARDO LEPE ARRIAGA

PRESENTA EL ALUMNO:

José Alberto Herrera Vazquez

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6to. Cuatrimestre “D” Administración de empresas
Semiescolarizado

Frontera Comalapa, Chiapas

17 de MAYO de 2020

Definición de investigación de mercados

La investigación de mercados es muy importante para una empresa ya que ayuda a los patrones a llegar a los objetivos de manera más sencilla y rápida, hay varios tipos y formas de realizar esta investigación de las cuales se ven a continuación.

La investigación de mercado es un vínculo entre el consumidor, el cliente y el público, se puede definir como una recopilación y análisis de información con respecto al mundo de la empresa ya que esta ayuda a identificar o definir oportunidades también sirve para solucionar los problemas de mercadotecnia y no halla pérdidas en la empresa o cualquier negocio

Esta se trata de una potente herramienta que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes, y estrategias más adecuadas a sus estrategias también ayuda a la toma de decisiones de la empresa para realizar la investigación de mercado se utilizan pasos propuestos por Zikmund William los cuales son, Descubrimiento y resolución del problema, Diseño de la investigación, Muestreo, Recopilación de datos, Análisis y procesamiento de datos, Conclusiones y preparación del informe.

Estos pasos facilitan a una empresa desarrollar una investigación, algunos objetivos de la investigación de mercado son que identifica las oportunidades, analiza el mercado meta.

Aquí varios tipos de investigación de mercado que son necesarios para la solución de problemas de una empresa y así llegue a cumplir todos sus objetivos los cuales se muestran a continuación,

Investigación exploratoria o cualitativa, Se realiza al comienzo cuando se toman las primeras decisiones y cuando hay necesidad de buscar con mayor profundidad sobre problemas y datos específicos

Investigación causal: Es aquella que estudia la relación que se encuentra entre variables Su objetivo es conocer el efecto positivo o negativo que puede producir un cambio de las variables independientes en un producto o servicio

Investigación descriptiva: se encarga de puntualizar la característica de la población que está estudiando

Fuentes de información: los tipos de fuentes de datos son dos, información primaria e información secundaria cuando la investigación de mercado se basa en la distancia geográfica a limitantes del costo y de tiempo se usa la información secundaria los datos secundarios son o que se publican con anterioridad, los datos secundarios provienen de fuentes internas o fuentes externas

La información interna son los estados financieros de la empresa

La información externa es la información externa es la que se saca de internet

Métodos básicos de la investigación de mercado

Se basa en la investigación de tipo documental esta fuente de información puede tomar varios tipos de documentos, las principales ventajas de la documentación son que se pueden consultar las veces que sean necesarias para comprobar que todo este correcto

Variables de información

Las variables de investigación son necesarias para para que se realice el procedimiento de recolección de datos los cuales son

- Situación económica, demográfica, social y cultura
- Mercado meta y segmentación
- Análisis SWOT (Fuerzas, Debilidades. Oportunidades y Amenazas)
- Las 4 P: Producto, Precio, Promoción, Plaza
- Analisis del negocio
- Logística de envío
- Competencia
- Contrato
- Características del producto para su exportación

Muestreo

En el caso de que la investigación sea documental no se determinara una muestra poblacional cuando es una investigación de información secundaria si se determina una muestra ya que se basa en la investigación geográfica

La recopilación de datos como ya antes mencionado se hace a través de fuentes interna o externas poniéndose en contacto con los encuestados

Analisis y procesamiento de datos

Cuando se termina la recopilación de datos se revisa la información que se obtuvo para que no halla errores en el procesamiento de datos