

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

CAMPUS COMALAPA

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

GRADO: SEXTO CUATRIMESTRE GRUPO: "D"

TEMA: EL ESTUDIO DE MERCADO

**NOMBRE DEL CATEDRÁTICA: ICEL BERNARDO LEPE
ARRIAGA**

NOMBRE DEL ALUMNO: MARTINEZ LOPEZ YORDI JOSE

MODALIDAD: SEMIESCOLARIZADO.

FRONTERA COMALAPA, CHIAPAS.

17 DE MAYO DEL 2020

Introducción

En este tema hablaremos de la importancia del estudio de mercado en el cual se ocupa frecuentemente en las empresas ya que nos ayuda a saber que producto vender así la población y cuáles son los más esenciales en la vida de las personas la investigación de mercado nos ayuda a obtener una información de los factores y así saber las estrategias de mercadotecnia que debe llevar a cabo la empresa.

Desarrollo

La investigación de mercado es la vincula al consumidor, el cliente y el público con el mercadologo a través de la información, información que se utiliza identificar y definir oportunidades y problemas de mercadotecnia la investigación de mercado especifica la información requerida para re querer estos aspectos diseña el método para recabar la información también se encarga de administrar el proceso de recolección de datos analiza y comunica los hallazgos y sus implicaciones.

Pasos de la investigación de mercado:

- 1._descubrimiento y definición del problema
- 2._diseño de investigación
- 3._muestreo
- 4._recopilacion de datos
- 5._ analisis y procesamiento de datos
- 6._ conclusiones y preparación del informe

Descubrimiento y definición del problema

Los objetivos de la información explican la razón por la cual se realizan el proyecto y debe coincidir con las necesidades de la información en el cual debe de identificar las oportunidades y amenazas que representa el mercado, detecta y evalúa la competencia en el mercado

Lo que nos va a permitir es obtener la información necesaria para comprender la situación del mercado.

La demanda existente, o previsible, los competidores, distribuidores y otros elementos que nos puedan afectar.

La investigación de mercados nos va a permitir obtener la información que necesitamos y tratarla de forma que sea realmente útil para nuestra empresa.

Este aspecto será realmente importante, pues un exceso de información, o la información equivocada, puede no sernos de utilidad, e incluso ser perjudicial.

Tenemos que pensar que, si queremos lanzar un nuevo producto o servicio, primero tendremos que valorar la viabilidad del mismo.

Si nos vamos a dirigir a un nuevo mercado, con un nuevo producto, o uno ya existente, también tendremos que realizar un estudio para poder tener en cuenta las posibles diferencias entre mercados objetivo.

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es el plan guía la fase de recolección y análisis del proyecto de investigación en la cual se ocupan diferentes tres tipos de investigación que son las siguientes:

Investigación exploratoria

Investigación causal

Investigación descriptiva

Muestreo:

El muestreo nos sirve para ubicar a la población

Recopilación de datos:

Dentro de este punto los investigadores recopilan los datos a través de fuentes externas e internas poniéndose en contacto con los encuestados para recopilar la información se da un tiempo determinado

Análisis y procedimiento de datos:

Una vez finalizada la recopilación de datos se revisa la información requerida para evitar aquella de tipo trivial finalmente los hallazgos de la investigación se proporcionan a otro termino

Fuentes consultadas

<https://www.joseargudo.com/investigacion-de-mercados/>

Conclusión

Para concluir con el tema pues nos da a entender cuál es el trabajo de esta investigación la cual nos ayuda a recolectar datos para tener en un mejor estado una empresa la cual tenga productos que la población desea tener y dar un mejor servicio asía la población.