

DESARROLLO EMPRESARIAL

EMPRESA

MTR. ICEL BERNARDO LEPE

PRESENTA EL ALUMNO:

Merari Aminadab Ortiz González.

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6to. cuatrimestre “D” Semiescolarizado.

Frontera Comalapa, Chiapas

15 de mayo de 2020

Ensayo.

En el siguiente ensayo se verá sobre la segmentación de mercado su definición, el objetivo que tiene la investigación de mercados, la importancia que tiene la investigación de mercados, los pasos que hay que hacerse al tener que realizar una investigación de mercados, además de dar a conocer los tipos que hay de investigación de mercados los cuales son cuantitativo y cualitativo detallándolos más profundamente sabiendo en que consiste y demás cosas. En fin se dará información sobre la segmentación de mercados.

La investigación de mercados es el proceso objetivo y sistemático que nos brinda información de muy alta calidad y utilidad para tomar decisiones de mercado, esta es la función que vincula y une al consumidor al cliente y al público, la información que nos genera puede utilizarse para identificar y definir las oportunidades y los problemas de mercadotecnia que tengamos y podríamos tener a futuro. La investigación de mercado puede tomarse como una guía para la toma de decisiones empresariales , brindando información sobre el mercado, los competidores que tendremos, los productos, marketing y los clientes, al dar tan valiosa información la segmentación de mercado es esencial para tomar una buena decisión de la empresa sobre que vender, como venderlo, donde venderlo, además que nos diría si nuestra empresa sería rentable, es decir si sería conveniente echar a andar el proyecto empresarial, además la investigación de mercados ayuda a reducir los riesgos, ya que puede permitir determinar los productos, precios y las promociones que tendríamos que tomar.

Los dos principales tipos de investigación de mercados son la investigación cuantitativa y la cualitativa. La investigación de mercados cuantitativa pues se encarga de generar números es decir números como que porcentaje de persona compra cierto producto, cuanto estarían dispuesto a pagar por un servicio o producto y mucha información de gran utilidad, esta información es obtenida mediante encuestas y cuestionarios, por otro lado la investigación cualitativa se basa en hechos y cifra para poder descubrir que piensan los clientes y los factores que podrían afectar al tomar la decisión de comprar un producto o servicio, no solo eso sino tomando en cuenta las necesidades de las personas y los recursos económicos que pueden tener cada cliente y los que estarían dispuesto a gastar.

(william, 1998) Los pasos para la segmentación de mercado son seis los cuales son;

1.-definición del problema de investigación: En este paso se realiza una serie de investigaciones que ayuden a determinar la viabilidad, es decir si la empresa funcionaria correctamente o se iría a la quiebra.

2.-diseño de la investigación: aquí se diseña como es que se llevara a cabo el plan para poder recolectar información. Los tipos de investigación son: investigación exploratoria; se usa para poder conocer más profundamente sobre problemas y datos específicos. Investigación causal; se usa esta cuando hay una variable que causa o determina otra, y la investigación descriptiva; este tipo de investigación se usa para analizar los mercados, consumidores y sus características.

3.-muestreo: el muestreo es la selección de una muestra a partir de una población, esto se hace para evaluar características o condiciones en esta y después inferir los valores medios de la población.

4.- recopilación de datos: en este paso los investigadores recopilan los datos a través de fuentes externas e internas poniéndose en contacto con los encuestados.

5.- análisis y procesamiento de datos: cuando se finaliza la recopilación de datos se tiene que revisar la información obtenida para poder analizarla correctamente, al procesar los datos puede hacerse una gráfica, tabla, donde se plasmas los datos obtenidos para poder leerlos más fácilmente.

Como conclusión podría decirse que la investigación de mercados es sumamente fundamental antes de emprender un nuevo negocio para dar a conocer la competencia, el lugar adecuado para poner el lugar y muchas otras cosas necesarias que hay que tener en cuenta antes de echar andar un negocio, de igual manera el estudio de mercado podría hacerse al darse cuenta que un negocio se está yendo a la quiebra para poder salvarlo y que el negocio se renueve ya que podría no ser el único negocio que venda el mismo producto o servicio, pero para eso sirve la investigación de mercado para ver todos los factores que influyen al poner una empresa