



Investigación de mercados

“Introducción”

“Planeación de la investigación de mercados”

Lic. José Manuel Ortiz Sánchez

Tercer cuatrimestre

Maestría en Administración

Manolo Enrique Rivera Escobar

Comitán de Domínguez Chiapas a 8 de mayo de 2021

Una organización con fines de lucro, es decir, una entidad que realiza actividades comerciales dirigidas a un público con el fin de recibir una remuneración a cambio depende de los individuos que adquieren los bienes o servicios para que subsista, estos individuos son los consumidores, quienes poseen características, gustos o preferencias, es de gran importancia que las organizaciones conozcan las necesidades y características de los clientes para que sepan cómo actuar ante ellos, existe una metodología que permite realizar este análisis y así conocer a los consumidores.

Introducción

Hoy en día, en este mundo globalizado, es necesario que las organizaciones pongan mucha atención a sus consumidores, es de gran relevancia que conozcan sus necesidades, preferencias, características, en fin, deben conocer a fondo a sus clientes si quieren ser competitivas, las organizaciones deben poseer una herramienta que les permita hacer este análisis y el de su entorno, dicha herramienta es el estudio de mercados, esta es la herramienta que recopila información en un entorno específico y nos permite darnos cuenta como se desenvuelve el mercado, el estudio de mercado debe ser aplicado por personas muy bien capacitadas que sepan recolectar información de los clientes y así podamos de igual manera tomar decisiones acertadas, sin duda alguna, los estudios de mercado son una herramienta que todas las organizaciones deberían implantar para que logren cumplir todos sus objetivos y metas trazados.

Es necesario hacer una distinción de los sistemas de mercados y de los mercados en sí, los mercados hacen referencia a cualquier actividad que se realice en un

lugar determinado que conlleve intercambiar bienes o servicios por dinero, los sistemas de mercado, son los encargados de organizar y coordinar las actividades humanas mediante la interacción de los compradores y vendedores, es necesario que las actividades coordinen a la sociedad y no un órgano gubernamental o una institución, así funcionan los sistemas de mercados, sirven para controlar el comportamiento de las personas al igual que el gobierno, esto debido a las actividades remunerativas que logran que grupos de personas sigan un patrón que los coordine y controle, por ejemplo la nómina de un grupo de empleados, que hace que varias personas se presenten a laborar en un lugar determinado. Por otra parte, es necesario que las empresas conozcan el entorno en el cual se desenvuelven, el entorno que envuelve a las organizaciones puede proporcionar oportunidades, pero también amenazas, por eso es importante que las organizaciones lo conozcan y lo controlen, para que sepan aprovechar las oportunidades y logren salir adelante, y también conozcan las amenazas que podrían afectar a la organización y así sepan cómo actuar frente a las situaciones que se le presenten, en pocas palabras, el entorno posee factores que pueden beneficiar o afectar las operaciones de una organización, por otro lado, los enfoques de investigación de mercados exponen las diversas metodologías que existen y que pueden ser aplicadas en el ámbito empresarial los tres tipos son (La exploratoria, la descriptiva y la causal) depende la situación, las organizaciones se adaptan al enfoque que más le convenga. Del otro lado, están los enfoques comerciales,(Investigación sobre el comportamiento del consumidor, Sobre la demanda y las ventas, sobre los productos, sobre la publicidad, sobre la promoción de ventas y sobre distribución) que son empleados en las

organizaciones para recolectar información en el área que les interesa para así tomar decisiones y acciones más específicas y saber cómo actuar ante los casos que se les presenten.

Para recopilar la información necesaria y aplicar la investigación de mercados, el personal de las empresas emplea metodologías que son necesarias para lograr lo que se planea, hoy en día, las nuevas tecnologías facilitan mucho la recolección de datos, tal es el caso de los software tan avanzados, los cuales permiten recopilar, almacenar y distribuir la información de una manera más práctica y rápida, pueden ser métodos empleados en la red, o por el mismo personal de manera física, así como también existen diversos tipos de investigación, que nos permiten indagar en la mentalidad de los clientes y así conocer sus características o necesidades, todo esto en conjunto nos permite obtener y procesar la información que se necesita para que una empresa sea exitosa en base a los puntos de vista de los clientes.

Planeación de la investigación de mercados

Antes de implantar una investigación de mercados en una organización, es necesario que planeemos cada una de sus etapas de manera correcta, es necesario que sepamos que vamos a hacer en cada etapa de la misma, debemos de entender que cuando planeamos una etapa, debemos asegurarnos que la etapa siguiente concuerde con la anterior, para que en cada etapa se aplique el

proceso de forma correcta y así en la siguiente se aplique el proceso de manera correcta, todo va en sincronía y funciona como una cadena, es necesario que definamos y tengamos en mente siempre cuáles son los objetivos que queremos lograr o cumplir mediante la investigación de mercados, de igual manera para que todo esté en sincronía y todo marche de forma correcta y sepamos cómo aplicar todos los pasos que este proceso conlleva, luego exponemos las hipótesis y las variables que conllevará el proceso para que todo sea un universo unido en partes y se aplique el proceso de manera adecuada.

La investigación de mercados es, sin duda una herramienta necesaria en las organizaciones, implantarla nos puede ayudar a conocer como son las condiciones donde vamos a implantar el negocio, nos ayuda a saber qué es lo que realmente los consumidores necesitan, nos ayuda a detectar las amenazas y oportunidades que rodea a nuestro negocio, la información que obtenemos con dicho estudio puede resultar clave para que se cumplan los objetivos y metas que están trazados por las organizaciones.