



**Nombre del alumno: César Alberto
Altuzar Hernández**

**Nombre del profesor: José Manuel
Ortiz Sánchez**

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Estudio de mercados

Grado: 3er cuatrimestre

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 21 de Mayo de 2021.

INTRODUCCION

En este ensayo se hablara de los mercados determinando, el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Entendiendo por espacio, lugar de la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área determinada, el mercado se encuentra cada vez más informado, lo que permite tener mejores decisiones con respecto a los productos que se compran, para poder ofrecerle siempre la mejor opción al consumidor.

Se explicará cómo se llevan a cabo los pasos que se deben seguir para planear y elaborar una investigación de mercados, cada uno de estos pasos tienen su propia importancia y complejidad, misma que deberá conocerse para solventar los problemas que durante la investigación puede presentarse. Cada paso es importante que se lleve a cabo con el mayor cuidado ya que el paso posterior dependerá de lo que se realice en el anterior.

DESARROLLO

El sistema de mercados en todas las sociedades existen y hacen uso de ello ya sea de bienes de consumo y de servicio reparación de coches o estética y es que donde quiera que hay un intercambio de servicios se le llama mercados.

Existen factores que limitan al mercado la interacción de la empresa con personas y organizaciones dentro de su entorno doméstico y fuera de él se rige generalmente por las transacciones de mercado. La interdependencia generada, es una característica destacable de la acción de la empresa en la actualidad.

Para poder entender se divide en cuatro categorías, factores culturales, factores políticos, factores económicos y factores sociales.

La importancia de la investigación de mercados es muy importante, principalmente nos ayuda a reducir riesgos y a la mejor toma de decisiones muy valiosamente fuentes de información reales, tales como quienes son nuestros competidores directos e indirectos y esto nos llevara a una estrategia de Marketing exitosa.

Existen seis enfoques en los cuales son importantes:

- Investigación sobre el comportamiento del consumidor
- Investigación sobre la demanda y las ventas
- Investigación sobre los productos
- Investigación sobre la publicidad
- Investigación sobre la promoción de las ventas
- Investigación sobre la distribución

Estos enfoques considerados dentro de una investigación comercial, resultan vitales a la hora de planear, recopilar y analizar los datos pertinentes de cara a la toma de decisiones de marketing y poder comunicar los resultados a la gerencia.

De igual forma existen métodos en los cuales ya se han avanzado mucho pero gracias a las nuevas tecnologías se puede obtener fácilmente. Según lo comparte Brandwatch desde su blog, estos son 10 métodos de investigación de mercados que las marcas y empresas pueden aprovechar actualmente para conocer más sobre los consumidores: focus group, encuestas, social media listening, entrevistas, observación, análisis competitivo, data de dominio público, análisis de datos de ventas, tipos de investigación.

Existen dos tipos de investigación de mercados en la cual los mercados primarios o de emisión de activos financieros es el marco donde se venden nuevos títulos al público. Es el emisor de las acciones o la deuda el que recibe los ingresos de la venta y a través de ellos los inversores reciben títulos recién creados.

Y los mercados secundarios se enfocan más a negociación se compran y venden los valores existentes. Es decir, este tipo de mercado está dedicado a la compra-venta de valores que ya han sido emitidos en una primera oferta pública o privada, en el denominado mercado primario. Así, el mercado secundario se surte de valores existentes (usados), en lugar de emisiones nuevas.

CONCLUSION

Con el estudio de mercados se puede obtener, analizar y comunicar la información de los clientes, el producto el precio y el tipo de distribución, las promociones, los competidores y los proveedores, que para las empresas es lo más importante estar al día de las situaciones del cliente.

Es muy importante saber el proceso de recolección y análisis de datos de información acerca de los clientes para no errar en productos o servicios que la sociedad no necesite.

BIBLIOGRAFIA

- Antología de investigación de mercados, mayo agosto 2021