



**Nombre de alumno: Psic. Zulema
Guadalupe Kanter Moreno**

**Nombre del profesor: D. Ed. José
Manuel Ortiz Sánchez**

Nombre del trabajo: Ensayo.

Materia: Investigación De Mercados

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 3° Cuatrimestre

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Introducción

En pocas palabras a la investigación del mercado se le ha definido como la recopilación, el análisis de información basándose en las herramientas para la identificación, acopio, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo para que las empresas se exijan en poner atención en las necesidades de sus clientes, de esta manera la empresa trate de mejorar y competir contra la competencias.

Cuando la empresa hace una investigación del mercado y este cuenta con toda la información necesaria, esta le permite tomar mejores decisiones y también cuando el cliente y/o el consumidor del producto pueda comparar lo que busca entre las empresas que ofrecen lo mismo y con la calidad deseada.

Cuando el cliente hace su investigación de mercado mediante referencias y/o investigación de la empresa por diversos medios en la cual puede facilitarle al momento de la toma de decisión y consumir el producto que más le convenga.

Muchas empresas tratan de darse a conocer al público en general pero pocas son las que hacen una investigación de mercado para saber si su negocio o empresa tendrá un crecimiento o no dentro del mercado, o si será demandada o si simplemente no crecerá.

Desarrollo

una investigación de mercado se basa más en el estudio del mercado en el cual arroja información necesaria para recopilar basándose en la opinión del consumidor y de esta manera la empresa pueda recurrir a esta información cuando tenga la necesidad de solucionar un problema o en alguna toma de decisión futura referente al consumo del producto y/o servicio.

Por lo que las empresas han tomado la decisión de contratar a personas que lleven el control de esta información y así saber qué es lo que están haciendo bien

y que es lo que tienen que mejorar para que tengan más consumidores del producto o del servicio.

Pero cada empresa utiliza el sistema que más se adapta a ella y que vaya de acuerdo a sus necesidades y a sus usos dentro del mercado, cómo se van relacionando con algún sistema de mercado de negocios y estos mismo van interactuando con compradores y vendedores incluso con posibles socios para el negocio y este mismo crezca cada día más.

El método de investigación del mercado y sus dimensiones principalmente tiene la función de controlar y coordinar tanto a la empresa como sus empleados y sus funciones de las áreas como también las diversas formas de transacciones para la interacción dentro de los entornos.

Ante de todo al momento de emprender algún negocio hay que realizar un estudio de campo en el lugar y en el área en el que se piensa establecer el negocio ya que por medio de esta se puede saber que personas están interesadas para consumir nuestro producto y/o servicio, que edad, sexo son los interesados y también cual es el entorno cultural y social de las personas que radican los lugares.

Muchas de las ocasiones las empresas cuando tratan de expandirse tanto nacional e internacional, estas hacen un análisis, dándose a conocer antes de establecerse y así de esta manera saber si los futuros clientes estarían o no interesados en consumir lo que la empresa les están ofreciendo.

Aunque también hay que destacar que estos tienen que llevar a cabo diversos factores que el mercado ha desarrollado con el paso del tiempo para que las empresas sigan con su función y estos mismos el actualizarse cada día mas para que se den a conocer en los diferentes medios y llamar la atención de los posibles clientes.

Todos estos pasos en su mayoría los ha llevado un área la cual es conocida como mercadotecnia, la cual se puede decir, que esta palabra la conocen muchas personas pero pocas personas saben que la implementan o la han utilizado, solo

las empresas grandes son las que tiene esta área y departamento en sus empresas, para que personal calificado o que tenga los conocimientos lo lleven a cabo en la investigación o buscar medios de comunicación para promocionar los productos de la empresa.

Conclusión

En conclusión se puede decir que la investigación de mercado es de gran utilidad para las empresas por lo que es importante tener un personal que esté capacitado para recopilar información de acuerdo a las necesidades que tenga para seguir dentro del mercado y solventar algunos de los problemas de la empresa, ya que, esta información se tiene que estar actualizando cada cierto tiempo para tener más conocimiento de cómo se encuentra actualmente la empresa dentro del mercado.

También por medio de esta es como los directivos, el gerente, incluso el dueño de la empresa tiene la información necesaria de como los clientes ven al negocio, empresa y lo que este está ofreciendo en comparación de la competencia local, nacional, e internacional.

Además al momento de que se crea la empresa el dueño, directivos, etc. de la empresa deben tener el conocimiento básico de los diferentes tipos de mercado, cuál de estos es el adecuado a utilizar y va de acuerdo a la misión, visión y objetivos de la empresa para su crecimiento.

Cada empresa sin importar el tamaño que estas tengan ha tratado de tener diversas estrategias para llamar la atención de futuros clientes y no se vayan con la competencia. Aunque también ayudan las referencias de clientes que están o no activos en esas empresas y han pagado por el consumo de estas.