



Nombre de alumno:

Alma Delia Morales Ortiz

Nombre del profesor:

D.Ed. José Manuel Ortiz Sánchez

Maestría: en Administración

Nombre del trabajo:

Ensayo

Materia:

Investigación de Mercados

Grado:

3er Cuatrimestre

Comitán de Domínguez, Chiapas a 15 de Mayo 2021

Introducción

Considero que hablar de estos temas dentro de áreas de mercadotecnia y administración de recursos son fundamentales. En alguna ocasión escuché a través de un jefe, que lo más importante para el éxito de una empresa y su permanencia, se debe a la administración empresarial, sin embargo, considera, posiblemente por mi experiencia, sin por supuesto dementar la opinión escuchada pero basada en criterio propio, considero que las ventas y todo lo derivado de la venta y consumo es lo que realmente brinda, permanencia y éxito a las empresas.

Sí claro, la administración y procesos internos sostienen y dan orden a las organizaciones, pero no dan crecimiento en cuanto a los recursos para invertir, producir, expandirse, sacar nuevos productos, brindar servicio de calidad, invertir en tecnología, etc., Aunque resulta también, ser la parte más compleja.

Por eso estos temas son para mí de suma importancia, no solo por el cargo que tengo actualmente en la empresa donde laboro, sino porque además es una rama de mi profesión, entenderlo de una forma extensa y minuciosa me ayuda a comprender porqué debemos estar cada vez más actualizados. Aunque lo veo así estos temas deben interesar profundamente a Directores de otras áreas, administradores, vendedores y todo aquel que colabore en una empresa u organización.

Desarrollo

Entonces, hablemos de los sistemas de mercado, puedo entender que a partir de saber lo que significa podemos tomar decisiones importantes de qué hacer, cómo hacerlo, y para quién vamos a producir. Una economía de mercado la entiendo como la interacción de la oferta y demanda, que determina el precio de los servicios brindados o productos producidos por una empresa y que influye tanto que lo mismo aplica para influir en un proyecto de emprendimiento o en el lanzamiento de un nuevo producto por parte de una empresa transnacional.

Mientras que los factores políticos y el estado determinan el marco jurídico para regular la competencia. Razón por la que el mercado se puede mantener y aunque hay una variedad infinita de opciones para adquirir bienes y servicios, hay un equilibrio regulado por las autoridades. Sin que el emprendedor o empresario pueda perder la libertad que se necesita, pero si varía de las políticas internas de cada país, lo más importante es que se centren en el control y la supervisión de los derechos de los productores y consumidores, donde lo más importante de todas estas regulaciones, el comprador es el más importante.

Hay muchos factores que determinan el entorno del mercado, me centré en el que creo da un equilibrio para el libre comercio, sin embargo otro factor de relevancia es si duda los factores sociales, pues aquí es donde los mercadólogos nos centramos para segmentar, porque nos dan información específica como: la estructura social, características demográficas, capital humano y social.

Partiendo de este punto podemos enfocarnos entonces en la investigación de mercados, su importancia radica en que es una guía para la toma de decisiones empresariales, ya que brinda información sobre el mercado donde queremos desarrollarnos, de nuestros competidores, productos, marketing y clientes. Gracias a una investigación se puede planear una buena estrategia de marketing que resulte en ventas y posicionamiento exitosas.

Asimismo, la investigación de mercado nos ayuda a reducir los riesgos y errores que podríamos cometer, al momento de sacar a la venta nuestro producto. Podemos determinar los precios y promociones desde el inicio.

Existen dos tipos de investigación que a mi criterio son las más importantes.

Investigación cualitativa, que nos brinda información certera a través de números, por ejemplo, qué porcentaje de mujeres compraría un Shampoo para cabello liso, no solo nos brindaría el porcentaje principal que es el de mujeres en nuestra ciudad, pensando que nuestro producto es local, también nos ayudaría a determinar cuántas personas tienen el cabello lacio. Todo esto lo podemos recopilar a través de encuestas y cuestionarios.

Investigación cualitativa, aquí lo que nos brinda son hechos, información extensa y detalladas, que piensan, qué sienten nuestros clientes, aquí las herramientas de recopilación de datos son a tres de las encuestas, observación, grupos focales, aunque es más complejo porque los recopiladores de estos datos deben ser especialistas y deben estar enfocados en los objetivos, además de contar con ciertas habilidades.

¿Y dónde radica principalmente la importancia de conocer al cliente? La investigación de mercado puede ayudarnos a evaluar tendencias claves para anticipar la forma en la que el mercado puede cambiar. Esto es vital para poder determinar nuevos segmentos de mercado, desarrollar nuevos productos y elegir el mercado objetivo. Pero además como ya lo había mencionado ayuda a planificar una estrategia exitosa, sin importar si es una empresa nueva o una ya establecida se necesita saber en todo momento las necesidades del cliente. Nos ayuda incluso a determinar los canales de distribución, canales de comunicación, publicidad, lanzamiento, empaque, etc.

Ahora aquí viene lo que en mi punto de vista me parece la cereza del pastel actualmente, el Social Media Listening y esto porque hoy en día las redes sociales hoy en día forman parte de nuestro día a día y se han logrado colocar como vital para la información y consumo de las personas, por lo tanto, tienen un espacio muy

significativo a la hora de realizar un estudio de mercado. Podemos segmentar el mercado más rápido, con menos costo, además que nos sirve para nuestra publicidad y contenido que compartimos en las redes sociales de la empresa, podemos ver los temas de desinterés y analizar publicaciones relevantes.

Conclusión

A través de mi experiencia profesional, puedo entender claramente la importancia de entender los cambios en el mercado, utilizas métodos de investigación de mercados, herramientas; como encuestas, entrevistas, social media listening, etc,. Ya que como es en nuestro caso, no solo nos ayuda ampliar la matrícula estudiantil, sino que además nos permite expansión de crecimiento en el estado y otros más.

Nosotros cada año realizamos planeamos campañas de marketing donde el objetivo principal pues es ingresar más alumnos, pero además mantener permanentemente a los que ya están con nosotros, esto gracias a la buena platilla de profesores, el servicio al cliente e instalaciones optimas, también involucramos medios informativos y otros canales de comunicación, lo que nos permite después de que termine la campaña, seleccionar cuales de todos esos canales nos sirve para seguir invirtiendo en ellos o no.

Sé que la mayoría de las empresas hacen este trabajo y hasta más de una forma minuciosa y con inversión fuerte para disminuir riesgos con los lanzamientos de nuevos productos, cosa que se me hace relevante, pero hay muchas empresas que hacen lo contrario, se limitan y creen que no es necesario, enfocándose únicamente en la calidad del producto, pensando que se va a vender por sí solo, pero no es así. La venta es un proceso que se debe seguir con rigurosidad para no fracasar en el intento.