



**Nombre del alumno: Fabiola Briseida Cameras
Alfonzo**

Nombre del profesor: Dr. José Manuel Ortiz Sánchez

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Investigación de mercados

Grado: 3°

Grupo: MAD0ISSCI020-A

OCOSINGO, CHIAPAS A 08 DE MAYO DE 2021.

INVESTIGACION DE MERCADOS

La investigación de mercados tiene sus orígenes tras la segunda Guerra Mundial, tras la escasez de productos, era posible vender todo lo que producían. Posteriormente surge la necesidad de comercializar y cada vez la competencia era más grande, puesto que cada vez más fabricantes se incorporaban al mercado y la oferta era cada vez más grande. Esto ocasionó que los consumidores tuvieran más opciones para elegir un producto que satisficiera sus necesidades.

Las empresas tuvieron que esforzarse más para poder ofrecer un producto con más cualidades y a un precio considerable para el consumidor. Sin embargo, comprendieron que debían crear estrategias para mejorar y una de ellas fue recopilar información para conocer las necesidades del mercado.

Es importante mencionar esta definición según ESOMAR, la organización mundial para la organización mundial para el mercado, los consumidores y la investigación social, *“la investigación de mercados, que incluye la investigación y de opinión, consiste en la recopilación e interpretación sistemáticas de información sobre personas u organizaciones, utilizando métodos estadísticos, analíticos y técnicas de las ciencias sociales aplicadas para obtener nuevas percepciones o aportar elementos de apoyo a la toma de decisiones”* Investigación de mercados, Manuel Alonso Dos Santos, 2018, pág. 4.

Como se menciona en el texto citado, la investigación de mercados no es más que indagar con la finalidad de reunir, registrar y analizar todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas e instituciones en general, este estudio permite conocer todos los aspectos tanto factores como el macroentorno y microentorno, los cuales tienen gran influencia en el comportamiento del ser humano.



Todos los aspectos son muy importantes, desde la cuestión política, económica, religión y la sociedad misma, ya que según estos factores se determina el tipo de mercado que existe en una región.

Es importante mencionar la importancia que tiene la investigación a través del estudio del mercado, pues proporciona datos valiosos para conocer las reacciones de los clientes y así dar respuesta a diferentes cuestionamientos como, ¿le va a gustar?, ¿lo comprarán?, ¿Cuánto pagarán por él?, ¿Cuánto comprarán?, ¿Cuál será su percepción sobre el?, estos datos son la base en el departamento de mercadotecnia y cualquier área de la empresa que se encargue de la creación de estrategias óptimas que conlleven al éxito de la organización.

La investigación se puede llevar a cabo en dos momentos, el primero, en la fase de planeación, cuando se pretende lanzar un producto o crear una empresa con un producto o servicio innovador, es decir, cuando un producto no se parece a ninguno que ya exista en el mercado, lo cual, nos indica si el producto tendrá la aceptación que deseada por lo que se desea conocer sobre consumidores y distribuidores. El segundo momento en que se puede llevar a cabo este estudio es cuando la empresa ya está establecida o el producto ya se comercializa, para conocer la percepción de los clientes, analizar la competencia y poder mejorar la calidad y precio.

La base para el éxito de una empresa o producto que se desee lanzar, son las preguntas mencionadas, ya que, en este momento se cuenta con un panorama verdadero, así la empresa u organización tendrá una guía a seguir y no se dejara llevar por un simple instinto o suposición, lo que sería fatal para la empresa si decide iniciar sus operaciones antes de estudiar el medio que lo rodea, puesto que, implica producir algo que no se sabe si será aceptado por los consumidores o no, lo cual, puede generar pérdidas muy grandes.



Es necesario que las empresas conozcan la opinión del mercado, para saber si el producto o servicio cumple con las expectativas, en caso de tener comentarios o críticas de mejora, le permitirá conocer en qué aspecto deben mejorar.

Por lo anterior, las empresas tienen la obligación de una mejora continua, tomando en cuenta los costos de producción, por lo que, no puede exceder su precio, es decir, este debe ser un precio considerable y que este en un estándar de precio ante la competencia.

En la actualidad es posible que gracias a los avances tecnológicos, se creen nuevas herramientas para realizar estudios más precisos y tener más acercamiento con los clientes, así como también, los medios digitales es una herramienta fundamental para el lanzamiento, difusión, venta y seguimiento de los clientes. Por otro lado, al estar en una plataforma al alcance de cualquier persona, obliga a las empresas a realizar un mejor trabajo organizacional, ya que, cualquier error está expuesto ante las críticas de un público que puede perder la confianza en el producto o servicio, incluso en la empresa misma.

En conclusión, es imprescindible para una empresa realizar un estudio de mercado antes de iniciar sus operaciones, esto propicia datos certeros sobre la aceptación o no de un producto o servicio, el cual evitará que le empresa realice operaciones y pérdidas enormes para la empresa.

Con la implementación de estudios previos, se pueden obtener datos estadísticos y realizar un plan de acción, así como, la planeación de la ruta a seguir, que conlleve a la empresa a un éxito garantizado.

Cuando una empresa ya está establecida, también debe recurrir a la realización del estudio de mercado para creación de estrategias, mejorar sus precios o el servicio que brinda a sus clientes.

