



**PASIÓN POR EDUCAR**

**Nombre de la alumna: Angélica Figueroa  
García**

**Nombre del profesor: José Manuel Ortiz**

**Nombre del trabajo: Ensayo**

**Materia: Investigación de mercados**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Grado: 3er Cuatrimestre**

**Grupo: Único**

Comitán de Domínguez Chiapas a 07 de mayo del 2022.

## Introducción a la investigación de mercado

Este ensayo fue realizado con mis propias palabras en base a lecturas e investigación, y comienzo diciendo que dentro de la administración, empresas o cualquier negocio los mercados son de suma importancia ya que estos nos ayudarán a delimitar nuestro mercado para elevar nuestras ventas, ser eficaces y generar un mayor trabajo, en el mundo actual en las compañías y grandes empresas toman decisiones para el desarrollo de las mismas, así como decisiones de marketing con el fin de garantizar a la empresa la adecuada orientación de sus acciones o estrategias para satisfacer sus deseos organizacionales así como las de sus consumidores.

### La Investigación de Mercado

La Investigación es un siguiente paso para buscar teorías y conceptos adecuados. Con el fin de enlazar el tema con las teorías que giran en pos de él. Pero, en este caso no hablamos de investigar para elaborar teorías, sino a investigar para que como empresa se puedan tomar decisiones correctas.

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.

La organización es como un avión que necesita piloto, que el piloto sea bueno y que las condiciones para pilotar sean las óptimas.

Esto sería lo ideal, pero, en ocasiones algunos de los elementos anteriores faltan o carecen.

Para la empresa es lo mismo, no todos los líderes, directivos están o son contables, no siempre el ambiente organizacional es el idóneo, y no siempre el entorno que rodea la organización es el adecuado.

Ahora bien, hablaremos de la investigación de Mercados.

La importancia de la investigación de mercado radica en que es una guía para las decisiones empresariales que se tomarán, brindando información sobre el mercado, competidores, productos, marketing y tus clientes.

En el mundo actual, podemos ver que el marketing es una herramienta sumamente importante, ya que provee de estrategias y métodos.

El marketing es el sistema de investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro y como decía, es una herramienta que estudia el comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores.

Ahora bien, los mercados pueden ser "Un espacio físico o virtual". Es un espacio en el cual se llevan a cabo operaciones mercantiles, tales como venta o compra de bienes.

Hay variables que se pueden tomar en cuenta para estudiar un mercado, como es entender un bien, el servicio, la diferencia entre ofrecer o adquirir, la oferta y la demanda, estabilidad y precios.

En resumen vemos que en un mercado se llevan operaciones mercantiles, sus protagonistas son agentes económicos, se deben acatar leyes de comercio, sus operaciones influyen significativamente en el comportamiento de la economía.

En el Mercado Financiero los demandantes y oferentes se reúnen con el fin de realizar transacciones financieras, adquisición e intercambio de activos financieros.

Los compradores y vendedores son Agentes Económicos, Un agente económico es un actor y tomador de decisiones en un modelo de algún aspecto de la economía

En el mercado financiero se manejan dos activos financieros: El primero se le conoce como deuda y el segundo como renta variable.

La importancia de los mercados financieros radica en que valores y materias primas son los elementos fundamentales que le permiten a un mercado financiero funcionar, operar y desarrollarse en función de la oferta y la demanda.

El investigar un mercado permite dar a conocer la marca entre el público objetivo, esto permite darnos a conocer y que el consumidor sepa que la empresa otorga soluciones al mercado.

La investigación de mercados es el proceso que comprende las acciones de identificación, recopilación, análisis y difusión de información con el propósito de mejorar la toma de decisiones de marketing.

Elaborar una investigación se usa también cuando como empresa se intenta lanzar un producto nuevo, siempre representa todo un reto para el departamento de marketing, porque se debe conseguir que el producto cale entre la audiencia.

También se hace investigación de mercado cuando se busca introducir una empresa en nuevos mercados internacionales o locales o cuando se busca incrementar los beneficios del negocio, ya que una buena investigación puede mejorar los resultados económicos de la empresa durante un periodo determinado de tiempo.

Otra de las cosas por lo que podemos decir que es importante realizar una investigación de mercados es el que se puede lograr fidelizar clientes, el mejor cliente siempre es un antiguo cliente.

Quien ya nos conoce es más fácil que vuelva a nosotros de nuevo. Así que potenciar el marketing de fidelización puede resultar ser un objetivo muy interesante

Ahora bien, una investigación de mercados permite contar con más y mejor información para tomar decisiones acertadas, las cuales favorecen a la empresa para crecer.

El investigar generará que se obtenga información real, en términos precisos que ayuden a resolver con un mayor grado de éxito problemas que se presentan en los negocios.

Como decíamos, también permite conocer el tamaño del mercado que se desea cubrir, en el caso de vender o introducir un nuevo producto.

Una buena investigación de mercado puede llegar a determinar si un producto puede o debe fabricarse o venderse así como el establecer un sistema de ventas más adecuado con lo que el mercado está demandando.

## Conclusión

Para concluir, destacamos que conocer el mercado objetivo le confiere al marketing la capacidad de detectar las necesidades que este requiere y lo que sus integrantes del mercado desean.

Claro que conseguir toda la información sin duda no es un proceso sencillo, ya que para esto se requieren una serie de diversos procedimientos cuyo objetivo recae en obtener información evitando la invasión a la privacidad del consumidor.

## Referencias

- Benassini, Marcela. Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América Latina, Pearson Educación, 2001.
- Gitman, Lawrence J. y McDaniel, Carl D. El futuro de los negocios, Cengage Learning Editores, 2007.
- Harrison, Mark. Lo mejor en investigación de mercados, Susaeta Ediciones, 1996.
- Malhotra, Naresh K., Dávila Martínez, José F. J. y Treviño Rosales, Magda Elizabeth. Investigación de mercados, Pearson Educación, 2004.
- Novoa, Fabio. Los mantras de innovación de Steve Jobs. En: Revista Inalde. Edición No. 35. Diciembre de 2012, pp. 34-43.
- McDaniel, Carl y Gates, Roger. Investigación de mercados, Cengage Learning Editores, 2005.
- Mercado, Salvador. Mercadotecnia programada: principios y aplicaciones para orientar la empresa hacia el mercado, Editorial Limusa, 1997.
- Zikmund, William y Babin, Barry J. Investigación de Mercados, Cengage Learning Editores, 2008.
- Ensayo-Investigación de mercado - 2019 Kheemm Facultad d 16-8- Dr. Gustavo Carrillo Alcaraz Silva - StuDocu