

Materia:

Taller del emprendedor

Nombre del trabajo:

**Resumen de Investigación del
mercado**

Zury Evelyn Morales Aguilar

Grupo: 7'A

Docente:

Dra. Dulces Melissa Meza

Comitán de Domínguez Chiapas 09-abril-2025

Investigación del Mercado

Introducción

La investigación del mercado se trata de recolectar, analizar e interpretar datos sobre un mercado, sobre un producto o servicio que se ofrecerá en ese mercado, y sobre los clientes pasados, presentes y potenciales para el producto o servicio. Es la brújula que guía a las empresas para tomar decisiones informadas y formular estrategias efectivas.

Es un componente crítico en la planificación estratégica y el proceso de toma de decisiones de cualquier negocio. Implica un enfoque sistemático para recolectar, analizar e interpretar datos relacionados con varios aspectos del mercado. Estos datos pueden abarcar un amplio espectro de información, incluyendo el tamaño del mercado, las preferencias de los consumidores, el paisaje competitivo y las tendencias emergentes.

Desarrollo

La investigación del mercado es el proceso de recoger, analizar e interpretar la información sobre un mercado, sus consumidores, competidores y el entorno con el objetivo de tomar decisiones informadas y mejorar el rendimiento empresarial. También se puede decir que la investigación de mercado es una técnica que sirve para recoger datos sobre cualquier aspecto del mercado que se desee conocer para luego poderlos interpretar y, al final, hacer uso de esos datos para una correcta toma de decisiones.

Por último, otra definición de la investigación de mercados es la de proceso mediante el cual las empresas buscan recoger datos de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones; y, de hecho, su verdadero valor radica en la manera en la que usan todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento sobre el consumidor.

¿Para qué sirve la I.M?

- * Entenderás a los clientes antes de realizar la venta
- * Lograrás evaluar el rendimiento de los productos
- * Conocerás los deseos de los consumidores y cómo superar expectativas.
- * Reducirás los costos de ventas → retorno en los fees de implementación
- * Fortalecerás tu liderazgo empresarial.

- * Proteger el negocio al tomar decisiones basándose en los datos confiables.
- * Controlar más los recursos necesarios
- * Lograr que los equipos de marketing y de ventas trabajen codo a codo.

¿Cuál es la importancia?

Es esencial para mantenerse relevante y competitivo en un mercado en constante cambio. algunas razones son:

- * Toma de decisiones informadas y basadas en datos
- * Adaptarse a las cambiantes necesidades y preferencias de los consumidores
- * Identificar oportunidades de crecimiento y expansión.
- * Minimizar los riesgos asociados con la entrada en nuevos mercados.
- * Brinda información valiosa sobre las tendencias del mercado y la competencia

Ventajas y Desventajas:

- Ventajas**
 - * Identificación de oportunidades de negocio y áreas de mejora.
 - * Obtención de información valiosa sobre el comportamiento y la preferencia del consumidor.
 - * Evaluación del rendimiento de los productos y servicios existentes y ajuste de estrategia.
 - * Reducción de riesgos y toma de decisiones.
 - * Mejora de la reputación y de la imagen de marca.

Desventajas

- * Costo y tiempo
- * Riesgo de obtener información errada o incompleta
- * Dificultad para mantenerse al día con los cambios rápidos.
- * La información reunida puede volverse obsoleta.

En resumen, la investigación de mercados es una herramienta crucial para cualquier negocio que desee comprender su mercado y tomar decisiones informadas para mejorar su rendimiento. Aunque puede haber desventajas asociadas con la realización de una investigación de mercados, los beneficios superan con creces los aspectos negativos.

Conclusión

Te ayuda a conocer una amplia gama de información, por ej: las intenciones de compra de los consumidores, o te da retroalimentación acerca del crecimiento del mercado al que perteneces. Puedes descubrir también información valiosa que te sirva para estimar los precios de tu producto o servicio y encontrar un punto de equilibrio que te beneficie a ti y a los consumidores

Bibliografía

Bantos, D. ~~Que~~ La investigación de mercados y para que sirve. Mexico, 13 de abril 2023