

¿Qué Función Tiene la Investigación de Mercados?

Anteriormente ya has revisado el concepto de Mercado, el cual de acuerdo a Kotler & Gary (2008) es un conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Pero para elegir ubicar el mercado adecuado, es necesario primero realizar una investigación que determine e indique los caminos viables para su posicionamiento.

Por tanto, las principales funciones de la investigación de mercados es recaudar toda la información posible acerca de los productos y/o servicios incluso antes de lanzar uno de estos al mercado. La investigación de mercados no se limita a los productos y servicios sino que también es utilizada en todos los aspectos de marketing, por ejemplo: en tiendas, marcas, publicidad y precios.

Gracias a la investigación de mercados a las empresas se les facilita tomar decisiones ya que con la información recabada tienen datos valiosos que les ayudan a resolver problemas o identificar oportunidades. Y se ha constatado que la información que se obtiene a través de la investigación es certera y muy confiable, es por esto que podemos afirmar que en gran medida ayuda en la toma de decisiones de la empresa no solo en cuestiones que tienen algo que ver con el producto o servicio en cuestión que vende la empresa, sino que la información ayuda en otras áreas de la organización, incluso en áreas donde pensamos que nada tiene que ver, como lo podría ser el departamento de Recursos Humanos.

También podrías encontrar algunas definiciones de investigación de mercados como que es el proceso donde se recopila, registra, analiza y procesa la información que requiere una empresa para el lanzamiento de un producto, para renovar la imagen del producto o marca, para saber si realmente estamos llegando a nuestro mercado meta, para conocer mejor a nuestra competencia; en fin, los datos recabados en la investigación de mercados es de gran valor para una empresa. Podríamos decir que la investigación de mercados es la voz de los consumidores.

Para llevar a cabo la investigación de mercados es necesario seguir cuatro pasos que son: definir el problema y objetivos de la investigación; es decir, tener bien claro qué información necesitamos en la empresa ya que esto es la base para estructurar la investigación. El paso dos es desarrollar el plan de investigación que deberá ser eficiente y presentarlo a la gerencia, el paso tres es implementar el plan de investigación y el paso cuatro es interpretar y presentar los resultados.

¿Qué Función Tiene la Investigación de Mercados?

Ahora veremos unos ejemplos donde es fundamental la investigación de mercados: al saber si debemos bajar o subir un precio, para saber cómo perciben los clientes nuestros productos, saber qué tanto estamos posicionados en el mercado, saber qué tan cerca está nuestra competencia, entre muchas otras. (Kotler&Armstrong (2008)

Jaime Angulo Lopez, en el 2012 en un documento de Malhotra, menciona que la función de la investigación de mercados es la de conectar al consumidor, al cliente y al público en general con el vendedor mediante la información que es proporcionada mediante las herramientas de medición según la empresa haya aplicado, y que se utiliza para identificar y definir los problemas que hay en el marketing de la empresa, para evaluar el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como proceso.

Además, la investigación de mercado ayuda a recaudar la información que se necesita para analizar los temas interesados, dirige la investigación y sobre todo, arroja los resultados con una interpretación objetiva. (Importancia de una investigación de mercado, 2012)

REFERENCIA:

Kotler&Armstrong (2008). Fundamentos de Marketing. Ed.Prentice Hall, Estado de Mexico.
IMPORTANCIA DE UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO. (2012, septiembre 18). Recuperado 5 de noviembre de 2014, a partir de <http://goo.gl/OCAV7f>