

MATERIA: ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS

SEMANA 3

TEMAS SEMANA 3:

- a) Investigación de mercados globales.
- b) Proceso de investigación de mercados globales.
- c) Mercado incipiente.

- **¿Cuáles son algunas formas en que se puede realizar la investigación de mercado?**

Algunas formas para realizar la investigación de mercado y captar información acerca de nuestros clientes son:

Grupos de sondeo:

- Un grupo de sondeo se forma cuando varios clientes potenciales se reúnen para proporcionar retroalimentación y sugerencias sobre los productos, servicios o estrategia de marketing de una empresa.
- Los grupos de sondeo siempre proporcionan una perspectiva nueva y fresca de sus clientes.

Prueba de marketing:

- Esta actividad involucrará ir a una pequeña parte del mercado para realizar una prueba de venta de sus servicios y productos.
- Puede probar sus ideas de marketing y verificar las actitudes y preferencias del cliente. Luego puede utilizar esta información para revisar y desarrollar su oferta de productos y servicios.

Encuesta:

- Por lo general, las encuestas se realizan cara a cara, pero también pueden tener éxito por teléfono.
- Nuestro propósito es obtener información sobre motivaciones de compra, retroalimentación sobre conceptos de marketing y la conexión emocional que tienen los posibles clientes con nuestros productos y servicios.

Observación:

- Observar a las personas en situaciones verdaderas, en una tienda o en video, proporciona ideas sobre los patrones, comportamientos y percepciones de compra.

Experimentación:

- Este método implica entrevistar a la gente en situaciones verdaderas, observarlas desde lejos o cualquier combinación de las estrategias que se describieron antes.

- **¿Cuál es el proceso de investigación de mercados internacionales?**

El reto de la investigación de mercados globales es reconocer y responder a las importantes diferencias nacionales que influyen en la manera de obtener la información, es por ello debes tener presente ocho pasos básicos para llevarla a cabo:



- **¿Cuál es la importancia de conocer el requerimiento de información en una investigación de mercado global?**

Las dos primeras preguntas que debemos plantearnos cuando vamos a iniciar una investigación de mercado global son: ¿Qué información necesitamos? y ¿Por qué necesitamos dicha información?

Observa el siguiente ejemplo:

El vicepresidente de finanzas y de marketing de una fábrica de zapatos viajaban alrededor del mundo para estimar el potencial de mercado de sus productos. Llegaron a un país muy pobre y ambos notaron de inmediato que ninguno de los ciudadanos locales usaba zapatos.

El vicepresidente de finanzas dijo; "Debemos regresar al avión. No hay mercado para zapatos en este país". El vicepresidente de marketing respondió: "¡Qué oportunidad! ¡En este país, todos son posibles clientes!"

Como observas en el ejemplo anterior la potencia de mercado para zapatos era enorme a los ojos del directivo de marketing. Por lo que, realizar una investigación de mercado es necesario identificar el requerimiento de información que nos permita identificar un problema o las oportunidades para desarrollar una idea de negocio, es por ello por lo que este es el primer paso de una investigación.

- **¿A qué se le llama mercado incipiente?**

El mercado incipiente es aquel que sufrirá si se continua determina tendencia económica, demográfica, política o sociocultural, es decir, una empresa no logrará resultados satisfactorios si ofrece un producto en un mercado incipiente antes de que las tendencias se arraiguen.

Por ejemplo:



Una vez que una tendencia ha tenido la oportunidad de desarrollarse, el mercado incipiente se vuelve latente y después existente. Como sucede cuando existe un incremento del ingreso sobre la demanda de automóviles y otros productos de consumo durable costosos, ya que a medida que aumenta el ingreso per cápita de un país, también se incrementa la demandad de los automóviles.