El estudio de mercado es un método que le ayuda a conocer sus clientes actuales y a los potenciales. De manera que al saber cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, así como su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, podrá ofrecer los productos que ellos desean a un precio adecuado. Lo anterior lo lleva a aumentar sus ventas y a mantener la satisfacción de los clientes para lograr su preferencia.

**Objetivo**

El objetivo de este manual es ayudarle a entender y a realizar, con facilidad, una investigación de mercado.

**Manejo del manual**

· Lea con cuidado y despacio cada tema

· Pregúntele siempre a su instructor las dudas que tenga

· Observe y ponga en práctica las recomendaciones y sugerencias de su instructor

· Si no ha entendido algo, no se apresure en el proceso, mejor pregunte

· No avance con dudas, siempre aclárelas

· Los términos "artículos" o "mercancías" son los usados para definir los productos que su comercio o empresa venderá

· En este manual, los términos "empresa" y "comercio" significan lo mismo

|  |
| --- |
|  |
| Un mercado está constituido por personas que tienen necesidades específicas no cubiertas y que, por tal motivo, están dispuestas a adquirir bienes y/o servicios que los satisfagan y que cubran aspectos tales como: calidad, variedad, atención, precio adecuado, entre otros. | | | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

Acaba de terminar algo importante, la revisión de los conceptos aprendidos en el manual de Investigación de Mercado. De este análisis realizado, quizá, va a depender el éxito que tenga en los negocios que haga. Revise cuidadosamente cada acción que, de ahora en adelante, ponga en práctica, son muchos los recursos humanos y financieros que deberá integrar para hacer realidad sus metas.