

**Fundamento del Proyecto Docente****Unidad Curricular: Investigación de Mercados****Carrera: Técnico Superior en Administración con orientación en Marketing***Lic. Patricia C. Jullier*

En cualquier campo de acción la investigación es una actividad imprescindible para obtener información fidedigna que permita conocer una situación, diagnosticar y tomar decisiones. El mundo de los negocios no es la excepción a la regla y por ello la investigación de mercados tiende a transformarse en una práctica habitual para cualquier tipo y tamaño de empresa.

La realidad actual plantea la necesidad, a toda entidad comercial que quiera mantener competitividad en el mercado, de regirse por las exigencias del cliente, del mercado mismo y de su propia capacidad de responder y adaptarse a dichos requerimientos.

Siguiendo este razonamiento se entiende porqué la Investigación de Mercados tiende a convertirse en una actividad esencial: proporciona al empresario información actualizada, relevante, exacta, confiable y válida que permite detectar oportunidades, reducir riesgos y evaluar desempeños a través de la definición más certera del qué, cómo, cuándo y porqué ofrecer y hacer.

Considerando lo anteriormente expuesto, podemos concluir que las decisiones apropiadas no se basan en la intuición o en un juicio puro (como ocurre aún con frecuencia en muchas empresas PyMEs de Argentina); en ausencia de una información adecuada, una decisión puede resultar incorrecta.

Así es como la Investigación de mercado debe ser considerada elemental para la construcción, refuerzo o cambio de una estrategia de negocios.

La información confiable es clave en cualquier emprendimiento y la investigación de mercados sería el canal que la proporciona.