

OBSERVACIONES Y CONCLUSIONES:

Poco a poco los empresarios mexicanos han ido adaptando su mentalidad al desarrollo, hoy en día es poco lo que hemos avanzado en el camino de la mercadotecnia pero, aunque lento, el programa de actualización y desarrollo sigue adelante.

Para desarrollar cabalmente una investigación de mercados tenemos que invertir una fuerte cantidad de dinero, es este uno de los principales motivos de el porque en México no se llevan a cabo este tipo de investigaciones. En la mayoría de las organizaciones, también en el caso de ser organizaciones iniciadoras, aun sabiendo que es de vital importancia, para entrar al mercadeo, un estudio de esa naturaleza; prefieren mejor invertir su dinero en la adquisición de los suministros, materiales y equipo.

Otro motivo que desalienta al investigador de mercados, es el hecho que las fuentes secundarias de información, sean poco fidedignas, ya que el monto que se invierte para su elaboración es poco; la tecnología no es la más avanzada. Por lo tanto los datos nos reflejan inseguridad, en la proyección.

En México, por parte de los Gobiernos, existen fuentes de datos que se realizan anualmente, y además por las agrupaciones empresariales, también los hay; pero como se

decía anteriormente el apoyo económico para este tipo de actividades, no es el suficiente como para llevar a cabo un buen desarrollo de una Investigación de Mercados.

En comparación con países como Estados Unidos, Japón, Alemania, Canada que su mismo desarrollo mercadológico los ha llevado a estar al día y que la información manejada por las Intituciones Gubernamentales y Privadas sean más confiables.

En México, estamos en la línea del desarrollo comercial, con la posible firma del Tratado de libre Comercio, los cambios se estan dando, y para que nuestro país crezca, mercadotécnicamente hablando, tiene que dársele la suficiente importancia al trabajo de la Investigación de mercados; que es esencial para el desarrollo organizacional.