



**Nombre de alumno: Carlos Sarahin
López López**

**Nombre del profesor: Daniel
Montserrat Méndez Guillen**

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: mercadotecnia nutricional

Grado: 8vo cuatrimestre

Grupo: nutrición A

PASIÓN POR EDUCAR

Investigación mercadológica

Introducción

El sistema de información es un conjunto de instrumentos en el que la información es analizada para poder realizar decisiones útiles en mercadotecnia, investigación comercial se utiliza para poder crear nuevas estrategias en el que se puedan lograr los objetivos de la mercadotecnia en la organización, existen dos tipos de datos que son internos es decir que se obtuvieron dentro de la organización como por ejemplo, ventas por productos, participaciones de mercado, etc. De manera externa es decir que se obtuvo en el entorno del mercado mediante una investigación. Una vez que se han obtenido los datos, el sistema de información debe contar con los mecanismos necesarios para la incorporación de los mismos a la base de datos de la organización. Del sistema de información deben derivarse conclusiones para que se tomen decisiones en el tema de la mercadotecnia.

(sureste, 2021)

Investigación de mercados

La investigación comercial es investigación aplicada ya que utilizan los recursos científicos para poder solucionar problemas de mercadotecnia. La investigación comercial es la búsqueda y análisis sistemático y objetivo de la información relevante para la identificación y solución de cualquier problema en el campo de la mercadotecnia. Su finalidad es entender las necesidades del entorno y del mercado, identificar los problemas y oportunidades, todo esto ayudara a tomar decisiones con mayor responsabilidad. La investigación comercial es un instrumento que ayuda a tomar mejores decisiones acerca de la mercadotecnia de la organización.

Diseño de la investigación de mercados

La investigación en mercadotecnia debe de llevar una serie de fases secuenciales en la que primero es el diseño de la investigación, la obtención de la información, el tratamientos de la información y la conclusión.

Determinar el problema de investigación, toda investigación debe ser clara y precisa, después de definir el problema de investigación debe seguir con el tipo de diseño de la investigación.

Exploratorios: la principal finalidad es el descubrimiento de ideas y conocimientos. Los estudios exploratorios son especialmente útiles para desmenuzar grandes problemas, de tipo general, en problemas de investigación más precisos. Ayudan al investigador a formular hipótesis, clarificar conceptos y le permiten familiarizarse con el problema.

Estudios descriptivos o correlacionales: son estudios más formales e ideales para la investigación comercial.

Estudios experimentales: El estudio experimental es ideal para contrastar hipótesis y establecer relaciones de causa efecto, por el control que proporciona al investigador.

Especificación de la hipótesis, anticipa aquellos que se está buscando y resuelve algunas preguntas que se estén planteando. Una hipótesis es una afirmación o negación sobre el comportamiento de una variable o sobre la relación existente entre dos o más variables.

Conclusión

La obtención de la información comercial es muy importante ya que a partir de esto podemos tomar decisiones que nos ayuden a lograr nuestros objetivos como organización ya que ahí podemos corregir nuestros errores en la etapa final de la investigación donde después del tratamientos de la información podemos sacar nuestra conclusiones acerca de que decisiones certeras podemos tomar.

(sureste, 2021)

Bibliografía

sureste, U. d. (2021). *Antología de mercadotecnia nutricional* . Comitan de Dominguez .