

**Nombre de alumno: Alicia Marqueni
Morales Santizo**

Nombre del profesor: Daniela Guillen

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Mercadotecnia nutricional

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 8vo. Cuatrimestre

Grupo: "A"

Introducción:

En este ensayo serán plasmadas todas las ideas obtenidas o todo lo que se pudo entender a cerca de la lectura antes realizada sobre la unidad cuatro de la antología, que en general habla sobre las investigaciones de la mercadotecnia, en donde ven temas como las fuentes de información de la mercadotecnia, investigación sobre la misma, entre otros temas.

4.1 fuentes de información de mercadotecnia.

Es conocida como una agrupación de elementos y procesos que normalmente tienen el fin de registrar y así mismo analizar los datos para después transformarlos en información útil y de esta manera sea más fácil tomar decisiones sobre la mercadotecnia.

La investigación comercial es un instrumento de gran utilidad que tiene el principal objetivo de ayudar a tomar las mejores decisiones desde la recopilación y análisis de la información relacionada con el producto. Esta investigación nos lleva al sistema de información con las técnicas y métodos convenientes para poder obtener los datos y así analizarlos de la manera más correcta o rigurosa.

La investigación comercial cuenta con una segunda aportación que es aquella que nos brinda los métodos y las técnicas que van a servir para tratar y analizar los datos obtenidos.

4.2 Investigación de mercados.

El termino conocido como investigación de mercados es utilizado en distintas ocasiones como una reserva de la investigación comercial, este se relaciona con los problemas que se pueden encontrar en cualquier otro tipo de problema en conjunto con la mercadotecnia.

Green y Tull mencionan que 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”

En los años 1987 y 2004 la AMA (La American Marketing Association) definieron la investigación comercial como una enumeración completa de sus funciones y de las etapas seguidas dadas en su desarrollo.

La investigación comercial es definida principalmente por el carácter científico y su metodología mejor conocido como tres:

1. Brinda información con el fin de ayudar a comprender el mercado y su entorno.
2. Logra identificar problemas y oportunidades.
3. Desarrolla y de la misma manera evalúa cursos de acción de manera alternativa.

Ca be mencionar que dicha investigación no puede reemplazar la dirección comercial en el proceso de la toma de decisiones.

4.3 Estudio del comportamiento del consumidor

En las aplicaciones de la investigación comercial entran distintas ya que son muy variadas, en las clasificaciones de las áreas de la mercadotecnia entran lasa generales donde se relata la estructura del mercado, su potencial, segmentación y comportamiento.

En su estructura también entra la investigación sobre el producto, precio, distribución, ventas y publicidad.

En el diseño de la investigación de mercados se realiza una investigación de mercadotecnia donde se debe realizar una serie de fases que se agrupan en el diseño de la investigación, obtención de información, tratamiento y análisis de los datos, así como su interpretación en los resultados y conclusiones.

Las cuatro fases fundamentales de la investigación son:

1. Determinar el problema que se debe investigar
2. Elegir el tipo de investigación
3. Especificar la hipótesis
4. Sistema de las variables

4.4. La competencia

En cada empresa se mantiene la estructura competitiva de las participaciones del mercado, hablando desde las perspectivas de la mercadotecnia es necesario saber las consecuencias que se tienen en la toma de decisiones en cuanto a la competencia de en la estrategia comercial y en los resultados de dicha empresa en cada una de las competiciones que existen sobre la estrategia comercial y sus resultados.

Conclusión:

Saber acerca de las investigaciones de la mercadotecnia es de gran utilidad y beneficio para nosotros, sobre todo ahora que estamos realizando un producto, considero que son puntos importantes de los que debemos estar informados para que de esta manera se nos haga más fácil de poder continuar con dicho proyecto.