



**NOMBRE DEL ALUMNO: SULMA YADIRA GONZALEZ SALAS**

**NOMBRE DEL TRABAJO: ENSAYO**

**MATERIA: MERCADOTECNIA EN SALUD**

**GRADO: SEGUNDO CUATRIMESTRE**

PASIÓN POR EDUCAR

TAPACHULA CHIAPAS A 15 DE ABRIL DEL 2021

## **INTRODUCCION:**

ABORDAREMOS EL TEMA DE LA UNIDAD II INVESTIGACION DEL MERCADO, EN CUAL CONOCEREMOS ALGUNOS ASPECTOS ESENCIALES DE ACUERDO A LAS ETAPAS EN EL PROCESO DE INVESTIGACION DE MERCADOS RELACIONADOS CON LAS INSTITUCIONES HOSPITALARIAS, LOS ESTUDIOS TANTO PARA EXPLORAR, COMO PARA DIAGNOSTICAR LAS SITUACIONES DE CONSUMO EN SALUD.

DENTRO DE ESTA INFORMACION PODREMOS CONOCER LAS FASES QUE NOS PERMITEN PARA LA INVESTIGACION DE COMERCIO, NOS PERMITE REALIZAR ALGUNAS HIPOTESIS PARA EL PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACION SOBRE EL MERCADO. DIVIDE LAS VARIABLES EN DISTINTOS GRUPOS.

DEFINIREMOS LAS FUENTES DE INFORMACION QUE NOS SON DE GRAN IMPORTANCIA PARA CONOCER EL SISTEMA INTEGRAL CON EL FIN DE PODER ADAPTAR LOS PROPOSITOS DEL ESTUDIO A REALIZAR.

VEREMOS PUNTOS DE GRAN UTILIDAD COMO: LA ENCUESTA, LOS CUESTIONARIOS QUE SE TIENEN QUE APLICAR PARA CORREGIR LA HIPOTESIS Y SOBRE TODO COMPLEMENTAR LA INFORMACION DE LA INVESTIGACION. ESTO TENDRA UNA VARIABLE SEGÚN SU TIPO DE ORDEN QUE CONLLEVE A ESPERAR U OBTENER UNA RESPUESTA AFIRMATIVA O NEGATIVA.

ESPERANDO QUE ESTA INFORMACION SEA DE VITAL IMPORTANCIA E INTERES PARA EL LECTOR CONTINUAREMOS CON MAYOR EXPLICACION DEL TEMA ABORDADO DE LA UNIDAD NUMERO II DE NUESTRO TEMARIO PROPORCIONADO.

## **UNIDAD II: INVESTIGACION DE MERCADOS:**

SE DICE QUE DURANTE LA REALIZACIÓN DE UNA INVESTIGACIÓN SE LLEVAN A CABO FASES SECUENCIALES PARA AGRUPAR A LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MERCADOTECNIA. TOMANDO EN CUENTA LA IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA A RESOLVER SE DEBEN LLEVAR A CABO LOS OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN REQUIRIENDO LOS ASPECTOS FUNDAMENTALES COMO: LOS PUNTOS QUE SE REQUIEREN INVESTIGAR, LA HIPÓTESIS QUE SE REQUIERE CONTRASTAR Y LAS VARIABLES QUE INFLUYEN EN LOS COMPORTAMIENTOS.

TAMBIÉN SE MENCIONA QUE DEBEMOS TENER CLARO DE QUE FUENTES SE EXTRAE LA INFORMACIÓN PARA OBTENER LAS ESTADÍSTICAS DEL ESTUDIO DE DICHA INFORMACIÓN DE LOS CUALES PODEMOS CONOCER DATOS TANTO PRIMARIOS, COMO SECUNDARIOS, POR LO TANTO, DE ACUERDO A ESTA OBTENCIÓN PODRÍAS SABER SI HABLAMOS DE DATOS INTERNOS O EXTERNO. LA INFORMACIÓN SECUNDARIA NOS ARROJA UN PUNTO ESENCIAL DE MANERA PÚBLICA QUE SE ENCARGA DE ADAPTARSE A LOS PROPÓSITOS, EN ELLO PODEMOS DECIR QUE LAS INSTITUCIONES QUE SE CONOCEN COMO PARTE DE LA INFORMACIÓN SECUNDARIA SON EL SISTEMA INTEGRAL DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA Y ESTADÍSTICA Y LOS CENSOS ECONÓMICOS DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA ( INEGI).

LA ENCUESTA ES UN MÉTODO QUE NO DEBE SER EXCLUIDO U OMITIDO AL MOMENTO DE REALIZAR ESTE TIPO DE INVESTIGACIONES YA QUE CON ELLO COMPLEMENTAMOS EL PROCESO DE DONDE SE EXTRAE LA INFORMACIÓN MAS RELEVANTE Y SE PODRÍA CONOCER COMO UNA FUENTE DIRECTA, YA QUE, OBTENEMOS COMUNICACIÓN CON LA PERSONA ENTREVISTADA PARA QUE NOS PERMITA TENER VENTAJAS EN LA INCREMENTACIÓN DE INFORMACIÓN.

ESTO SE BASA MEDIANTE UN CUESTIONARIO PARA REALIZARSE DE FORMA ORAL AL ENTREVISTADO, SIEMPRE Y CUANDO SE CUIDE LA REDACCIÓN Y SOBRE TODO EL RESPETO HACIA QUIEN VA DIRIGIDO.

ADENTRÁNDONOS A LAS TÉCNICAS DEL ANÁLISIS Y LAS VARIABLES INCLUYEN ACERCARSE A LA REALIDAD DE LOS FENÓMENOS COMERCIALES Y LAS HERRAMIENTAS ADECUADAS PARA IMPLICAR LA LA REALIDAD DEL ASUNTO. SE REALIZA UNA TÉCNICA DE ANÁLISIS MULTIVARIABLES QUE PERMITE ANALIZAR LA RELACIÓN QYE EXISTE ENTRE DEPENDENCIA DE UNA SOLA VARIABLE Y EXPLICAR LAS MÚLTIPLES VARIABLES INDEPENDIENTES.

Y COMO FASE FINAL DE LA INVESTIGACIÓN DESDE EL PROCESO DE PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA HASTA LAS CONCLUSIONES OBTENIDAS DURANTE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA, SIGUIENDO UNA METODOLOGÍA DE RESULTADOS ALCANZADOS. REALIZACIÓN DE UN INFORME ESCRITO PARA RECOLECTAR TODO LO QUE SEA NECESARIO, IMPORTANTE Y COHERENTE ALCANZANDO EL OBJETIVO PRINCIPAL DEL TRABAJO. UNA DE LAS ASOCIACIONES MAS RECONOCIDAS EN MEXICO Y QUE APOYAN A LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO ES LA ASOCIACIÓN MEXICANA DE AGENCIAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y OPINIÓN PUBLICA A.C. (AMAI).

LOS SISTEMAS DE SALUD Y LA MERCADOTECNIA SON TEMAS ASOCIADOS YA QUE DENTRO DE ELLOS PODEMOS ENFRENTAR LOS PUNTOS QUE NOS HABLAN SOBRE EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN DEL MERCADO COMO EL CONTEXTO GENERAL PARA QUE SE PUEDA COMPRENDER LA CIENCIA ECONÓMICA Y LAS CARENCIAS QUE HOY EN LA ACTUALIDAD ENFRENTAMOS EN LAS ZONAS HOSPITALARIAS Y COMO DISMINUYE LA ATENCIÓN Y AUMENTAN LAS NECESIDADES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS. LOS AUTORES MAS RELEVANTES QUE NOS HABLAN SOBRE ESTA SITUACIÓN SON DANIELS (1985), DOYAL GOUGH (1991) Y RAMSAY(1992).

Y EN CONCLUSIÓN ESPEREMOS QUE ESTA INFORMACIÓN SEA DE GRAN IMPORTANCIA Y UTILIDAD PARA CONOCER LO MAS ESENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE EL MERCADO EN CUANTO A LA PROBLEMÁTICA Y TEMAS DE SALUD QUE IMPLIQUEN REALIZAR TÉCNICAS PARA UN MEJOR MANEJO DEL MISMO.

## **REFERENCIAS:**

**FISCHER , LAURA Y ESPEJO JORGE ( 2017) MERCADOTECNIA. CIUDAD DE MEXICO: MCGRAW HILL.**

**SANTESMASES, MIGUEL(2016). FUNDAMENTOS DE ,ERCADOTECNIA. CIUDAD DE MEXICO: GRUPO EDITORIA PATRIA.**

**MATERIAL PROPORCIONADO POR CATEDRÁTICO EN PLATAFORMA EDUCATIVA EN LA MATERIA MERCADOTECNIA EN SALUD.**