



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE  
SAN ANDRÉS TUXTLA



INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

# SISTEMA DE INFORMACIÓN *de la mercadotecnia*

NOMBRE DEL MAESTRO:  
SERGIO PELAYO VAQUERO

NOMBRE DE LOS INTEGRANTES  
KARLA MALAGA TEMICH  
YADIRA JIMENEZ POLITO  
ESTHEFANIA PEREZ HERNANDEZ  
JOSE ANTONIO ZETINA MONDRAGON

ACTIVIDAD:  
IINFORME\_UNIDAD 4

CALIFICACION OBTENIDA 20%  
YADIRA JIMENEZ POLITO

INFORME DE INVESTIGACION VALOR 20%

NOMBRE DE ASIGNATURA: TESISTEMAS  
DE INFORMACION DE LA  
MERCADOTECNIA

UNIDAD 4  
GRUPO: 608 B

ALUMNO YADIRA JIMENEZ POLITO

**Calificacion Obtenida :20%**

Realizar una investigación en diversas direcciones electrónicas sobre los temas correspondientes de la unidad 4

El documento debe contar con los elementos mínimos de un trabajo de investigación requiere.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA		ASIGNATURA: SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE LA MERCADOTECNIA		
NOMBRE DEL DOCENTE: SERGIO PELAYO VAQUERO				
<b>DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN</b>				
NOMBRE DEL ALUMNO: YADIRA JIMENEZ POLITO				
PRODUCTO: <b>REPORTE DE INVESTIGACION</b>		PERIODO ESCOLAR: FEBRERO – JUNIO 2024		
<b>INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN</b>				
Revisar las actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna				
VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
2%	Presentación El trabajo cumple con los requisitos de: <b>a.</b> Buena presentación	SI		2%
2%	<b>b.</b> No tiene faltas de ortografía	SI		2%
2%	<b>c.</b> Mismo Formato	SI		2%
2%	<b>d.</b> Misma Calidad de hoja e impresión	SI		2%
2%	<b>e.</b> Maneja el lenguaje técnico apropiado en el reporte	SI		2%
2%	El reporte incluye todos los subtemas de la unidad	SI		2%
4%	<b>Desarrollo:</b> Sigue una metodología y sustenta todos los pasos que se realizaron al aplicar los conocimientos obtenidos, es analítico y bien ordenado.	SI		4%
4%	<b>Resultados y conclusiones:</b> Cumplió totalmente con el objetivo esperado, tiene aplicaciones concretas	SI		4%

--

## INFORME DE LA INVESTIGACION UNIDAD 4

### PLANEACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Investigar en la web cada tema y/o subtema según corresponda. Hacer una breve lectura del mismo y lo más importante copiar y pegar en la columna. BREVE RESUMEN DE LA INVESTIGACIÓN DEL TEMA O SUBTEMA. CON BASE AL RESUMEN ESCRIBIRÁ SU OPINIÓN PERSONAL RAZONADA EN LA COLUMNA COMENTARIOS PERSONALES, ANÁLISIS CRÍTICOS Y REFLEXIVOS.

EN LA FILA DE CONCLUSIÓN ES LA SUMA DE TODOS LOS COMENTARIOS PERSONALES ANALITICOS Y REFLEXIVOS

TEMA	BREVE RESUMEN DE LA INVESTIGACIÓN DEL TEMA O SUBTEMA	COMENTARIOS PERSONALES, ANÁLISIS CRÍTICOS Y REFLEXIVOS
4.1-Proceso de investigación de mercado	<p>Es el proceso por el cual se adquiere, registra, procesa y analiza la información, respecto a los temas relacionados, como: clientes, competidores y el mercado desde la determinación de la necesidad de la investigación y el establecimiento de los objetivos de la misma, hasta el análisis de la información recolectada y la toma de decisiones.</p> <p>Seguir un proceso de manera sistemática es fundamental para conseguir una recopilación de datos de calidad que sean precisos, confiables y procesables.</p>	<p>La investigación de mercado es una herramienta importante para comprender a fondo a los clientes, competidores y el mercado en general. Al seguir un proceso detallado y sistemático, podemos obtener datos precisos y fiables que nos ayudan a tomar decisiones informadas y estratégicas.</p>
4.2-Definición del problema de investigación	<p>Es aquello que se desea explicar a partir de la tarea del investigador. Su acepción como "problema" se vincula a que, por lo general, la finalidad de una investigación es brindar una solución: lo que se investiga, de este modo, supone un problema a resolver.</p> <p>Para poder establecer un problema de investigación como tal se debe especificar de manera concreta, se debe limitar el campo de estudio en un aspecto concreto, se debe anunciar de forma clara y contundente, su formulación se debe ajustar a tres principios básicos como son claridad, operatividad y concisión.</p>	<p>Definir un problema prácticamente es detallar la situación que se desea comprender a partir de una investigación. Su significado se relaciona con el hecho de que el objetivo del estudio es brindar soluciones en general: de esta manera, lo investigado representa un problema a resolver. Para identificar el problema de investigación debe ser concreto, el área de investigación debe solo involucrar aspectos específicos, debe comunicarse de manera clara y su formulación debe plasmar claridad, eficiencia y ser sencillo.</p>
4.2.1-Investigación cualitativa	<p>Es un conjunto de técnicas de investigación que se utilizan para obtener una visión general del comportamiento y la percepción de las personas sobre un tema en particular. Genera ideas y suposiciones que pueden ayudar a entender cómo es percibido un problema por la población objetivo, así como a definir o identificar opciones relacionadas con ese problema.</p>	<p>Las técnicas de investigación cualitativa son fundamentales para comprender profundamente cómo las personas perciben y reaccionan ante ciertos temas. Al explorar las ideas y suposiciones de la población objetivo, se puede obtener una visión más completa y detallada de los problemas y posibles soluciones, lo que es esencial para una toma de decisiones informada y efectiva.</p>

4.2.2-Investigación cuantitativa	Es un método estructurado de recopilación y análisis de información que se obtiene a través de diversas fuentes. Este proceso se lleva a cabo con el uso de herramientas estadísticas y matemáticas con el propósito de cuantificar el problema de investigación.	La investigación cuantitativa es crucial para obtener datos precisos y medibles sobre un tema. Mediante el uso de herramientas estadísticas y matemáticas, se puede estructurar y analizar información de manera efectiva, permitiendo cuantificar problemas y tomar decisiones basadas en datos concretos y verificables.
4.3 Propuesta de investigación	Es un documento formal y bien elaborado que ofrece una explicación exhaustiva de lo que se pretende investigar. Incluye una justificación de por qué merece la pena investigarlo, así como un método para hacerlo. La propuesta de investigación es un esbozo y una visión general de la investigación que pretendes llevar a cabo.	Por propuesta de investigación se entiende como documento formal y bien elaborado que entrega una explicación de lo que se está investigando. Está integrado por una explicación de por qué es importante investigar ese problema y la manera de lograrlo. La propuesta de investigación proporciona un resumen general de la investigación que desea realizar.
4.3.1-Objetivo de la investigación	Es el fin o meta que se pretende alcanzar en un proyecto, estudio o trabajo de investigación. También indica el propósito por el que se realiza una investigación. Los objetivos de investigación pueden ir unidos a una hipótesis o utilizarse como declaración de intenciones en un estudio que no cuente con una. La finalidad de los objetivos de investigación es impulsar el proyecto de investigación, incluida la recolección de datos, el análisis y las conclusiones.	Los objetivos de la investigación es el fin que se quiere alcanzar en el proyecto o el propósito por el cual se realiza este. Tienen que ser específicos y alcanzables para abordar el problema. El objetivo general: resultado final por alcanzar. Objetivos específicos: aspectos concretos para lograr el objetivo general.
4.3.2 -Hipótesis de investigación	Se entiende por hipótesis como una suposición susceptible de ser comprobada, muchas veces al estar planeando una investigación suponemos la solución al conflicto por resolver o las situaciones que están dando pie a esta problemática. Estas hipótesis deben de ser aceptadas o rechazadas cuando se concluya la investigación. Una vez planteada nuestra hipótesis, se planeará la investigación formal o concluyente para después proceder a elaborar el proyecto de investigación, que se someterá a la aprobación de la empresa a la cual se le va a llevar a cabo la investigación de mercado.	Las hipótesis de investigación son fundamentales, ya que permiten plantear una suposición inicial que será comprobada a lo largo del estudio. Este proceso es esencial para estructurar y orientar la investigación, asegurando que se aborden las problemáticas pertinentes y se busquen soluciones efectivas. Además, la validación o rechazo de las hipótesis al finalizar la investigación contribuye a la solidez y credibilidad de los resultados obtenidos.
4.3.4-Definición de las fuentes de datos	Las fuentes de datos son lugares físicos o digitales donde se almacena la información en diferentes formatos de almacenamiento. Son hechos estadísticos y no estadísticos que un investigador puede utilizar para profundizar en su investigación.  Los datos pueden proceder de dos lugares: fuentes internas y externas. La información recogida de fuentes internas se denomina	Son los recursos que proporcionan la información necesaria para llevar a cabo la investigación. Pueden contener información descriptiva o numérica. Fuentes primarias: contienen información original que no ha sido previamente procesada. Fuentes secundarias: aportan información que ha sido recopilada y analizada por otros.

	datos primarios, mientras que la información recogida de referencias externas se denomina datos secundarios.	
4.3.5-Métodos y técnicas de recolección de información, observación, experimentación, entrevista.	<p><b>Entrevista:</b> es una actividad presencial entre dos personas en la que un entrevistador de manera oral extrae información de otra persona.</p> <p><u>Ventajas:</u> La información recolectada es extensa y exhaustiva en el tema a investigar. Se puede indagar sobre algún aspecto en particular.</p> <p><u>Desventajas:</u> Requiere disponer de mucho tiempo y a veces las personas no están dispuestas a otorgar respuestas. El entrevistador debe tener la capacidad de registrar la información.</p> <p><b>Observación:</b> El propósito es permitir al analista determinar que se está haciendo, cómo se está haciendo, quien lo hace, cuando se lleva a cabo, cuánto tiempo toma, dónde se hace y porqué se hace.</p> <p><u>Ventajas:</u> Se puede obtener un gran volumen de información. Se puede obtener información, aunque las personas no estén dispuestas a otorgarlas.</p> <p><u>Desventajas:</u> Es una técnica un poco precisa. Es necesario distinguir los hechos sin interpretarlos.</p> <p><b>Experimentación:</b> El investigador cambia o manipula una cosa (llamada variable experimental, de tratamiento, independiente o explicativa) para observar el efecto en otra (llamada variable dependiente).</p> <p><u>Ventajas:</u> Puede aplicarse a diversas áreas de estudio. Permite identificar la relación causa efecto en los objetos de estudio. Los resultados son cuantificables y específicos.</p> <p><u>Desventajas:</u> Requiere una importante inversión de tiempo. Existe un margen de error humano a la hora de transcribir los datos, que pueden comprometer el informe de resultados.</p>	<p><b>Una entrevista</b> es una actividad en la que el entrevistador pregunta de manera oral a otra persona una serie de cuestionamientos. La información recopilada sobre el tema es detallada. Aunque se debe tener capacidad de registrar todo lo que se recabó durante la entrevista.</p> <p><b>La observación</b> es la técnica para determinar que se está haciendo, prácticamente observar activamente. Se puede obtener una gran cantidad de información, incluso si las personas no están dispuestas a dársela. Pero para eso hay que saber interpretar los hechos.</p> <p>Por su parte la <b>experimentación</b> se utiliza para recopilar datos sobre el comportamiento de las variables en condiciones controladas. Para observar cómo una cosa o variable causa efecto en otra. Esta puede aplicarse a una variedad de temas de estudio y los resultados son medibles y precisos. Pero a su vez requiere una gran cantidad de tiempo. La transcripción de datos conlleva un porcentaje de error, lo que puede afectar al informe de resultados.</p>
4.3.6- Procedimientos muestral	Es el proceso de selección de una muestra representativa de una población, con el fin de recopilar datos y obtener conclusiones válidas sobre la población en su conjunto.	Son un conjunto de pasos ordenados utilizados para elegir una muestra de una población. Para que los resultados de la investigación se puedan utilizar para toda la población, la muestra debe ser representativa de la población.
4.3.7-Plan de trabajo de campo	Es un método de observación y recolección de datos sobre personas, culturas y entornos naturales. Generalmente, el trabajo de campo se realiza en la naturaleza de nuestro entorno	Es un documento que describe cómo obtener información del entorno para nuestra investigación. El plan debe ser detallado y cubrir todos los aspectos de la

	cotidiano y no en los entornos semicontrolados de un laboratorio o un aula. Esto permite a los investigadores recopilar datos sobre lugares dinámicos y las personas que ahí se encuentran.	recolección de datos, desde la identificación de participantes hasta el análisis de lo recabado.
4.4-Presupuesto y calendario del proyecto	El presupuesto y la planeación ayudan a asegurar que el proyecto de investigación de mercados se complete con los recursos disponibles. Un presupuesto desglosa los costos esperados en un proyecto. El cronograma tiene como función el ayudar a planificar y terminar el trabajo a tiempo <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar todas las tareas necesarias</li> <li>2. Dar un orden a cada una de las tareas</li> <li>3. Estimar de cuánto tiempo se dispone.</li> <li>4. Identificar que requiere cada una y estimar cuanto tiempo se llevará completarlas</li> </ol>	El presupuesto y una planificación de tiempo ayuda a completar el proyecto con los mejores recursos disponibles. Un presupuesto divide de la mejor manera los costos que se generarán en la investigación El cronograma ayuda a terminar los trabajos a tiempo. Identificar todas las tareas que se requieren y los requisitos de cada uno.
Presentación de la propuesta de la investigación	Todo proyecto de investigación de mercados debe sintetizarse en un solo informe escrito o en varios informes dirigidos a diversos lectores. El investigador debe ayudar al cliente a entender el informe, poner en práctica los resultados, iniciar nuevas investigaciones y evaluar el proyecto de investigación en retrospectiva. Una investigación de mercados requiere previamente antes de su implementación, la redacción de una propuesta de investigación que sirva de punto de interacción y negociación entre la audiencia y el investigador.	Es una exposición oral o escrita que se realiza para presentar un proyecto de investigación a diversos lectores e interesados. Su objetivo principal es convencer a la audiencia de que la investigación es importante, viable y merece ser apoyada y tiene que ser evaluada.

### CONCLUSIÓN

En conclusión, la investigación de mercado es una herramienta esencial para comprender a fondo a los clientes, competidores y el mercado en general. Un proceso detallado y sistemático permite obtener datos precisos y fiables que facilitan la toma de decisiones informadas y estratégicas. Definir un problema de investigación implica detallar claramente la situación que se desea comprender, abordando aspectos específicos de manera clara y eficiente.

Las técnicas cualitativas son cruciales para explorar profundamente las percepciones y reacciones de la población objetivo, proporcionando una visión completa y detallada de los problemas y posibles soluciones. Por otro lado, la investigación cuantitativa permite obtener datos precisos y medibles, estructurando y analizando la información de manera efectiva mediante herramientas estadísticas.

La propuesta de investigación es un documento formal que explica la importancia del problema a investigar y la manera de abordarlo, ofreciendo un resumen general del estudio. Los objetivos de la investigación, tanto generales como específicos, deben ser claros y alcanzables, orientando el estudio hacia el fin deseado. Las hipótesis plantean suposiciones iniciales que guían la investigación y, al ser validadas o rechazadas, fortalecen la credibilidad de los resultados.

Las fuentes de información, tanto primarias como secundarias, proporcionan los datos necesarios para llevar a cabo la investigación. Las entrevistas y la observación son técnicas fundamentales para recopilar información detallada y precisa, mientras que la experimentación permite observar cómo las variables interactúan en condiciones controladas.

Un plan de muestreo adecuado asegura que la muestra sea representativa de la población, lo que es crucial para

la validez de los resultados. Un plan de recolección de datos detallado, acompañado de un presupuesto y un cronograma bien definidos, optimiza los recursos y garantiza la finalización del proyecto a tiempo. Finalmente, una presentación clara y convincente de los resultados y conclusiones de la investigación es vital para demostrar la importancia y viabilidad del estudio, buscando apoyo y validación de los interesados.

# **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA**

**CARRERA:** INGENIERIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**ALUMNA:** YADIRA JIMENEZ POLITO

**TRABAJO:** EXPOSICIÓN CALIFICACION :40%

**MATERIA:** SISTEMA DE LA INFORMACIÓN DE LA MERCADOTECNIA

**DOCENTE:** SERGIO PELAYO VAQUERO

**SEMESTRE:** SEXTO      **GRUPO:** 607 B

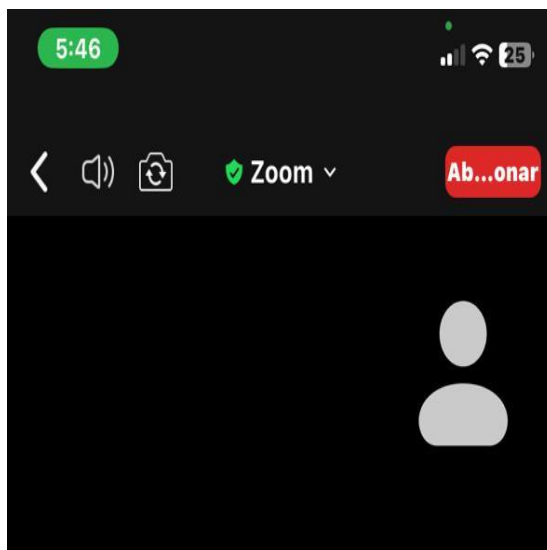
SAN ANDRES TUXTLA, VERACRUZ



NOMBRE DE LA ASIGNATURA: SISTEMAS DE INFORMACION DE LA MERCADOTECNIA		
UNIDAD NO. 4 <b>CALIFICACION : 40%</b>		
NOMBRE DEL DOCENTE: L.I. SERGIO PELAYO VAQUERO		
<b>DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACION</b>		
NOMBRE DEL ALUMNO (S): YADIRA JIMENEZ POLITO		
PRODUCTO: <b>EXPOSICION</b>	FECHA:	FEB-JUN 2024:

Escala:

	Excelente	Bien	Suficiente	Deficiente
	4	3	2	1
4%	Se respetó el tiempo asignado para la presentación			4%
4%	Incluyen una introducción para enmarcar el tema a tratar			4%
4%	Captan los elementos fundamentales del tema			4%
4%	El contenido se presenta en forma clara, precisa y congruente			4%
4%	Aportan reflexiones propias del grupo			4%
4%	Muestran creatividad para la presentación del tema			4%
4%	Se muestran receptivos a los comentarios de sus compañeros			4%
4%	Tratan de esclarecer dudas de sus compañeros			4%
4%	Fomentan la participación de sus compañeros			4%
4%	Intervienen todos los miembros del equipo			4%
40%	Puntaje			<b>30%</b>





Aida Luisa Chipol Escobar



CARVAJAL BAPO YOALI ESP...



Esthefania Perez Hernandez



Karla Alejandra Malaga



MIRIAM XOLO XOLO



ITZEL RIVERA



[Redacted]

NOMBRE:YADIRA  
JIMENEZ POLITO

EXAMEN  
UNIDAD 4

VALOR EXAMEN 40%  
CALIFICACION OBTENIDA 30%

Sistema de Información de  
mercado técnica

Examen

Unidad 4

Planeación de investigación del  
mercado

Integrantes

Karla Mariaga Lemich  
Estherania Pérez Hernández  
Yadira Jiménez Polito  
José Antonio Zetina Mondragón

4 / Junio / 2024

1) ¿En qué consiste la definición del problema de  
investigación?

Es detallar en qué consiste la necesidad por  
el cual surge ese problema de investigación,  
buscamos aquello a lo cual se dará solución.

2) Desde su punto de vista qué es una hipótesis  
de investigación

Son suposiciones de la cual se cree y tiene  
conocimiento al inicio de la investigación y  
que con el desarrollo de esta se comprueba  
para aceptar o rechazar.

