



UADEC

UNIDAD 4

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



INTRODUCCIÓN

La investigación de mercados no termina con la recolección de datos; su verdadero valor se logra una vez que la información obtenida es analizada, interpretada y comunicada de manera efectiva para apoyar la toma de decisiones. En esta unidad se abordan las etapas finales del proceso de investigación, en las cuales los datos se transforman en conocimiento útil y en propuestas de acción para las organizaciones.

Durante de esta unidad, el estudiante aprenderá a analizar e interpretar la información cuantitativa, identificando diferencias y asociaciones entre variables, así como a comprender y evaluar pronósticos de mercado que permiten anticipar comportamientos futuros. De igual manera, se estudiarán los métodos para estimar el potencial de un mercado, lo cual es clave para dimensionar oportunidades comerciales y evaluar la viabilidad de estrategias de crecimiento.

Por último se desarrollarán las habilidades necesarias para la elaboración y presentación del informe final de investigación, enfatizando la correcta descripción de resultados, la formulación de conclusiones fundamentadas y la elaboración de recomendaciones claras y viables. Una adecuada presentación de los resultados no solo comunica hallazgos, sino que maximiza el impacto de la investigación, reduce la incertidumbre y contribuye a una toma de decisiones más informada y estratégica..

OBJETIVO DE LA MATERIA

El estudiante conocerá las principales técnicas de análisis de la información recolectada en la etapa previa, ya sea que se trate de un enfoque cuantitativo o cualitativo.

Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar e interpretar la información obtenida en una investigación de mercados, identificar diferencias y asociaciones entre variables, elaborar pronósticos de mercado, estimar el potencial de un mercado y comunicar de manera clara, objetiva y estratégica los resultados, mediante la preparación y presentación de informes finales, que incluyan conclusiones y recomendaciones fundamentadas para apoyar la toma de decisiones empresariales.

CONTENIDO TEMÁTICO

UNIDAD VI: Análisis de la información y presentación de resultados de la investigación de mercados

- Análisis de la información.
 - Análisis e interpretación de datos: diferencias y asociaciones.
 - Análisis de pronósticos de mercado.
 - Estimación del potencial de un mercado.
- Presentación de resultados de la investigación de mercados.
 - Estrategias de presentación del informe final: descripción de resultados, conclusiones, recomendaciones.
 - Preparación del reporte final y presentación de mercados.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

EVALUACIÓN	PUNTOS
ACTIVIDAD: CASO DE ANÁLISIS DE DIFERENCIAS Y ASOCIACIONES	3
CONTROL DE LECTURA: INFORME FINAL	3
FORO: EL INFORME FINAL	3
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD	3
TOTAL	15 PUNTOS

ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
Análisis de la Información y Presentación de Resultados de la Investigación de Mercados	Análisis e Interpretación de Datos: Diferencias y Asociaciones	Caso de Análisis de Diferencias y Asociaciones