

Orientación a la investigación de mercados de la Universidad Católica de Colombia¹

Introducción

El presente documento tiene como finalidad explorar el grado de orientación a la investigación de mercados, en una entidad de educación superior de Bogotá, la Universidad Católica de Colombia.

El documento inicia contextualizando sobre el concepto de *Orientación a la Investigación de Mercados* (OIM) comparando consideraciones de autores a través de la literatura, tomando como base conceptos claves y terminología que permite dar un acercamiento introductorio al tema; para este fin se utilizaron diferentes fuentes de recolección de datos mediante comprobación bibliográfica.

Posteriormente, se realiza una descripción del sector de educación superior en Colombia y de la empresa objeto de estudio (Universidad Católica de Colombia) en términos de su historia, estructura funcional, crecimiento; para consecutivamente realizar un diagnóstico del plan de mercadeo actual de la institución.

¹ Este documento hace parte del proyecto de investigación empresarial por compendio de capítulos, resultado del trabajo de grado de la maestría en gerencia estratégica de mercadeo. Este documento constituye un capítulo del producto científico: libro resultado de investigación enfocado al tópico de mercadeo “Orientación a la Investigación de Mercado” coordinado por el profesor Leonardo Ortega Cortázar de la IUPG. En consecuencia, no se utilizan las secciones típicas de artículo científico como resumen y palabras claves, pero si el enfoque sistemático de contextualización teórica, del ámbito empresarial y analítica del constructo de interés. No se autoriza la publicación parcial o total de este documento en ninguna plataforma divulgativa de conocimiento académico, profesional o científico. Únicamente se autoriza la divulgación y gestión para la modalidad de libro resultado de investigación a la oficina editorial de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano.

Luego se desarrolla un análisis de las dimensiones de la OIM presentando los resultados reforzados en términos de hallazgos.

Finalmente se consolidarán en el documento las implicaciones de los resultados para la institución haciendo una comparación con los beneficios y relación encontrados en la literatura.

A continuación se presentan criterios fundamentados en la literatura donde se sustenta el concepto de OIM basados en ideas de autores para llevar a término la presente investigación.