

Orientación a la Investigación de Mercados aplicado a Lácteos Campo Real¹

1. Introducción

Este documento académico pretende explorar el grado de Orientación a la Investigación de Mercados, en adelante –OIM– de la empresa Lácteos Campo Real, a través de dimensiones críticas percibidas por parte de colaboradores ejecutivos y comerciales, con el fin de discutir implicaciones de gestión de mercadeo que favorezcan la competitividad y la sostenibilidad de la empresa, permitiendo obtener una mejor comprensión de los aspectos que promueven la OIM.

El Interés de este estudio es avanzar en el conocimiento de mercadeo, aportar a la comprensión de la función de la investigación de mercados dentro de la organización y a su importancia dentro de la gestión de mercadeo.

Se presentan tres secciones: La primera; expone un marco de referencia para la descripción de las dimensiones del constructo OIM. La segunda; muestra una descripción del mercado al que pertenece la empresa. La tercera es una descripción de la empresa Lácteos Campo Real, con el objeto de ofrecer información en términos de su historia, misión, estructura funcional, gestión de mercadeo, portafolio de productos y propuesta de valor.

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 Ortégón 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.

Finalmente; se efectuará un análisis diagnóstico que ilustrará el grado de OIM que se evidencia en la organización, en atención a lo cual se especificarán los procedimientos metodológicos usados para la recolección y procesamiento de la información y con base en ellos enunciar los hallazgos, resultados y conclusiones derivadas.

A continuación se aborda el concepto de OIM desde el enfoque de distintos autores que mediante sus investigaciones revelan las dimensiones que definen este constructo.