

# Universidad **UniverMilenium**

Dirección de marketing digital y social

Investigación de mercados y toma de decisiones de  
marketing

Alumnos:

**María del Carmen Hernández García**

**Jose Angel Careaga Chantes**

**Marisol López Martínez**

**Joshua Emanuel Benavides Raya**

Profesor: Jorge David Garcia Soto

Plantel en Línea

# Proceso de investigación de mercados

## Definición del problema

iPhone es el modelo de teléfono inteligente de Apple, desde el año 2007 y, desde entonces, la compañía ha puesto en el mercado nuevos modelos al menos una vez al año.

Su sistema operativo iOS, es su mayor distintivo entre los demás teléfonos inteligentes, es un sistema de código cerrado haciendo que el proceso de desarrollo y publicación de una aplicación móvil sea más seguro y esté más controlado.

Su logotipo representa una manzana a la que le falta una esquina, sus tiendas minoristas están diseñadas para probar y comprobar los productos en lugar de limitarse a comprar las cajas.

El público al que va dirigido es amplio y diverso, pero en general se centra en personas que valoran la calidad, el diseño y la innovación en tecnología. Apple se dirige principalmente a los consumidores de clase alta y medio-alta, y a profesionales en áreas como la creatividad, la tecnología y la empresa.

Algunos de los grupos de público objetivo específicos de Apple incluyen:

- Consumidores jóvenes y millennials que valoran la tecnología y la moda.
- Profesionales creativos, como diseñadores gráficos y editores de vídeo, que utilizan productos Apple para su trabajo.
- Empresarios y profesionales de la tecnología que utilizan productos Apple para su negocio.
- Estudiantes y académicos que utilizan productos Apple para sus estudios e investigaciones.
- Amantes de la tecnología que buscan productos innovadores y de alta calidad.

## FODA de iPhone

- Fortalezas: Características únicas del iPhone, sistema operativo iOS, lealtad de la marca, ecosistema Apple, calidad del hardware.
- Oportunidades: Expansión del mercado, lanzamiento de nuevos modelos, desarrollo de nuevas características.
- Debilidades: Precio elevado, menor personalización en comparación con Android, dependencia del ecosistema Apple.
- Amenazas: Competencia intensa, cambios en las tendencias del mercado, fluctuaciones en la economía.

## Necesidades de información

Los Millennials buscan en iPhone cubrir algunas necesidades, por ejemplo compatibilidad con las aplicaciones que usa habitualmente y con su proveedor de servicios.

Busca una larga duración de la batería, con el fin de cumplir con sus necesidades diarias.

Garantía, se deben verificar los términos y condiciones para asegurarse de que cubra cualquier problema que pueda surgir durante su uso.

Además, debe revisar el espacio de almacenamiento que cubra sus necesidades (fotos, videos, música y aplicaciones) y el precio.

Otro punto importante es la cámara, la calidad que tienen tanto las frontales como las traseras, además de las herramientas y funciones de edición de fotografías.

El iPhone usa el sistema operativo iOS, que es conocido por su facilidad de uso y seguridad.

## Definición del objetivo de investigación

Los Millennials se han convertido en la primera generación que creció con el internet, provocando diferentes cambios sociales y un desequilibrio económico por

el consumo. El cual se busca conocer cuál es el motivo de su consumo a pesar de ser un teléfono extremadamente caro y estar elevado al ingreso del consumidor.

Para poder conocer el comportamiento del consumidor debemos analizar el reporte que se obtiene de los consumidores pasados para poder tener una estrategia de negocio.

- ¿Qué edad tiene tu cliente ideal?  
= Entre 20 a 30 años
- ¿Cuál es su profesión?  
= Ejecutivos
- ¿Qué le gusta hacer?  
= Resaltar en su grupo social y conseguir la más alta definición de cada fotografía
- ¿Qué medios de comunicación usa para informarse?  
= Redes sociales
- ¿A través de qué medios prefiere ser contactado?  
= Por mensajes de whatsapp o Facebook
- ¿Qué tipo de divulgación y promoción le atrae?  
= Videos cortos o referencias
- ¿Con qué problemas o necesidades puede ayudarle tu marca?  
= Tener la máxima tecnología ofrecida al mercado

### **Investigación preliminar en el SIM (Sistema de Información de Marketing)**

Con respecto a la opinión del mercado mexicano acerca de iPhone y sus variaciones muchos usuarios no ven un gran cambio en los diferentes modelos que se tienen ya que muchas veces los cambios son mínimos en cada una de estas, señalan que las diferencias radican en el mejoramiento de la cámara.

Por una parte los usuarios recomiendan que si vas a pasar el iPhone 14 al nuevo modelo iPhone 15 es mejor no hacer ese gasto, ya que como se mencionó antes los cambios son mínimos que muchas veces no justifican el precio de los nuevos productos.

Si bien marcan las ventajas de los nuevos modelos muchos consideran que si lo vas a comprar por novedad y para un uso cotidiano, no se necesita el último modelo ya que este está más adaptado para las personas que le darán uso verdaderamente profesional para así aprovechar al máximo el producto.

De las cosas destacables de los iPhone en comparación a su competencia que es Samsung son que:

- Música. Si tiene mejor sonido y fidelidad reproducir música en iPhone, sobre todo si usas la app de Music y tienes lossless. Al Samsung le hacen falta algunas cosas para terminar de ganarle en este aspecto al iPhone
- Privacidad. Con las políticas de Apple si tienes un nivel de privacidad más alto que cualquier android.
- Siri. Escucha y entiende mejor y más rápido que el asistente de Google
- Al hacer sus pantallas menos brillantes cansan menos la vista.

## **Tipo de estudio**

Dentro de los procesos de investigación de mercado, el "tipo de estudio" se refiere a la naturaleza y los objetivos de la investigación que se va a realizar. Hay varios tipos de estudios de investigación de mercado, y la elección del tipo de estudio dependerá de los objetivos específicos.

En general, Apple realiza diferentes tipos de estudios de mercado para comprender las tendencias del consumidor, evaluar la recepción de productos existentes y planificar el lanzamiento de nuevos productos. Esto puede incluir estudios exploratorios para comprender mejor las necesidades y preferencias de los usuarios, estudios descriptivos para analizar el comportamiento del consumidor, y también estudios de satisfacción del cliente para evaluar la respuesta a los productos existentes.

### **Ejemplo**

Estudio de Satisfacción del Cliente.

El día 22 de septiembre del 2023 Apple sacó su la nueva familia del iPhone 15 con el sistema operativo iOS 17 acompañado con el nuevo chip A17 Pro con nuevas

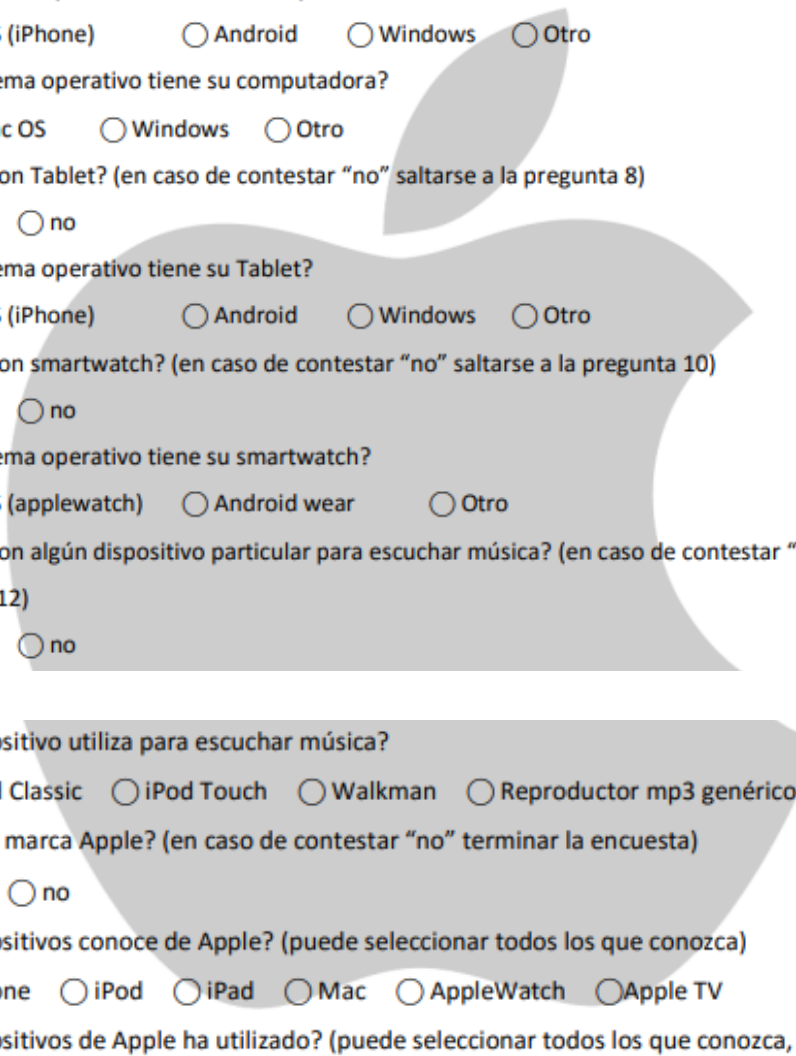
innovaciones “un 20% más rápido y permite acceder a una experiencia totalmente novedosa, con un nuevo diseño de 6 núcleos que aumenta el rendimiento máximo y la eficiencia energética” (apple, 2023) El primero usuario comienzan a reportar los primeros problemas de iPhone algunos de ellos es calentamiento del dispositivo, reporte del estado de la batería del 80%, dispositivos lentos y apple al detectar todos esos problemas lanza una actualización el día 25 de octubre de 2023 corrigiendo los errores anteriores; sin embargo, algunos usuarios detectaron nuevos problemas como fallo en la red, no entran las llamadas, fallo de micrófono y apple saca una nueva actualización el día 30 de noviembre de 2023. Como podemos observar, Apple está pendiente de sus consumidores y dándole soluciones a los problemas para tener una buena satisfacción a sus usuarios.

### **Método de recolección de datos**

La elección del método de recolección de datos en una investigación de mercado depende de varios factores, como los objetivos de la investigación, el tipo de estudio, el presupuesto disponible y la disponibilidad de recursos.

La información sobre los métodos de recolección de datos específicos utilizados por Apple para estudiar el comportamiento de los usuarios de iPhone o para realizar investigaciones de mercado sobre sus productos no está disponible Las empresas, incluida Apple, generalmente mantienen este tipo de detalles internos y no los comparten públicamente por cuestiones de las competencias y no enteren de sus metodologías de investigación y penetración de mercado.

Las empresas suelen emplear una combinación de métodos, que pueden incluir análisis de datos de uso, encuestas, entrevistas, análisis de redes sociales, entre otros, para comprender mejor a sus usuarios y adaptar sus productos y estrategias de marketing en consecuencia. Sin embargo, los detalles específicos de los métodos de recolección de datos utilizados por Apple son privados y no están al alcance público.

- 
1. Sexo: ☐ Hombre ☐ Mujer
  2. Edad:
  3. Ocupación:
  4. ¿Qué sistema operativo tiene su Smartphone actual?  
☐ iOS (iPhone) ☐ Android ☐ Windows ☐ Otro
  5. ¿Qué sistema operativo tiene su computadora?  
☐ Mac OS ☐ Windows ☐ Otro
  6. ¿Cuenta con Tablet? (en caso de contestar "no" saltarse a la pregunta 8)  
☐ si ☐ no
  7. ¿Qué sistema operativo tiene su Tablet?  
☐ iOS (iPhone) ☐ Android ☐ Windows ☐ Otro
  8. ¿Cuenta con smartwatch? (en caso de contestar "no" saltarse a la pregunta 10)  
☐ si ☐ no
  9. ¿Qué sistema operativo tiene su smartwatch?  
☐ iOS (applewatch) ☐ Android wear ☐ Otro
  10. ¿Cuenta con algún dispositivo particular para escuchar música? (en caso de contestar "no" saltarse a la pregunta 12)  
☐ si ☐ no
  11. ¿Qué dispositivo utiliza para escuchar música?  
☐ iPod Classic ☐ iPod Touch ☐ Walkman ☐ Reproductor mp3 genérico ☐ Otro
  12. ¿Conoce la marca Apple? (en caso de contestar "no" terminar la encuesta)  
☐ si ☐ no
  13. ¿Qué dispositivos conoce de Apple? (puede seleccionar todos los que conozca)  
☐ iPhone ☐ iPod ☐ iPad ☐ Mac ☐ AppleWatch ☐ Apple TV
  14. ¿Qué dispositivos de Apple ha utilizado? (puede seleccionar todos los que conozca, si no ha podido utilizar algún dispositivo, terminar la encuesta aquí)  
☐ iPhone ☐ iPod ☐ iPad ☐ Mac ☐ AppleWatch ☐ Apple TV
  15. ¿En general, cómo calificaría la calidad de los productos Apple?  
☐ Excelente ☐ Buena ☐ Puede mejorar ☐ Regular ☐ Deficiente ☐ Mala
  16. ¿En general, cómo calificaría experiencia de uso de los productos Apple?  
☐ Excelente ☐ Buena ☐ Puede mejorar ☐ Regular ☐ Deficiente ☐ Mala

17. ¿En general, cómo calificaría los precios de los productos Apple?
- ☐ Muy altos ☐ Altos ☐ Normales ☐ Bajos ☐ Muy bajos
18. ¿En general, cómo calificaría la relación calidad-precio de los productos Apple?
- ☐ Buena ☐ Puede mejorar ☐ Regular ☐ Deficiente
19. ¿Qué aspectos son los más fuertes de los dispositivos Apple? (seleccionar máximo 3)
- ☐ Precio ☐ Diseño ☐ Potencia ☐ Experiencia de uso (sistema operativo)
- ☐ Tamaño de pantalla ☐ Duración de la batería ☐ Resistencia ☐ Cámara
- ☐ Funciones propias o innovadoras
20. ¿Qué aspectos son débiles o que podría mejorar en los dispositivos Apple? (seleccionar máximo 3)
- ☐ Precio ☐ Diseño ☐ Potencia ☐ Experiencia de uso (sistema operativo)
- ☐ Tamaño de pantalla ☐ Duración de la batería ☐ Resistencia ☐ Cámara
- ☐ Funciones propias o innovadoras
21. ¿Cuáles son los 2 aspectos principales que busca en un Smartphone?
- ☐ Precio accesible ☐ Diseño ☐ Potencia ☐ Marca ☐ Tamaño de pantalla
- ☐ Duración de la batería ☐ Resistencia ☐ Cámara ☐ Experiencia de uso (sistema operativo)
22. ¿En general, cómo calificarías los cambios de los dispositivos Apple a través de los años?
- ☐ Mejoro ☐ Empeoro ☐ Se mantuvo ☐ Se estanco

## CONCLUSIÓN

### Marisol López Martínez

El proceso de investigación de mercados del iPhone es un componente esencial para el éxito continuo de la marca. Desde la identificación de oportunidades hasta el monitoreo de la satisfacción del cliente, cada fase se basa en datos recopilados y análisis de mercado. La capacidad de Apple para comprender y adaptarse a las dinámicas del mercado ha sido fundamental para su posición como líder en la industria de los teléfonos inteligentes.

Además el marketing es esencial para el crecimiento y la sostenibilidad de una empresa, no se trata solo de vender productos o servicios, sino de construir



relaciones sólidas con los clientes, entender el mercado y mantenerse relevante en un entorno empresarial dinámico y en el caso de iPhone lo ha sabido hacer muy bien.

### **Jose Angel Careaga Chantes**

Exploramos el tema de la investigación de mercado, centrándonos específicamente en Apple y sus productos, como el iPhone. Se discutió la importancia del análisis de la industria tecnológica, la diversidad de usuarios de iPhone en cuanto a edades, los tipos de estudios de investigación de mercado aplicables a Apple, y los métodos de recolección de datos comunes en este contexto. Sin embargo, no se proporcionó información específica sobre los métodos de recolección de datos de Apple, ya que esa información es privada.

En términos generales, la investigación de mercado para productos como el iPhone implica entender las tendencias del consumidor, la competencia, la satisfacción del cliente y la evolución de la tecnología. La elección de métodos de investigación, como encuestas, entrevistas, observación y análisis de contenido, dependerá de los objetivos específicos de la investigación. En el caso de Apple, su éxito continuo en la industria tecnológica se debe, en parte, a su capacidad para adaptarse a las cambiantes demandas del mercado mediante la comprensión profunda de sus usuarios y el enfoque constante en la innovación.

### **Joshua Emanuel Benavides Raya**

La investigación de mercado ayuda a entender el comportamiento del consumidor referente a las expectativas o gusto de cada uno, al mismo tiempo al establecer una limitante descubrimos que los influyentes del consumo son personas que resaltan por el núcleo siguen, la mayoría de esta generación exponen los beneficios y el sacrificio económico que puede resultar beneficioso por las herramientas que pueden ocupar en diferentes escenarios, volviéndose práctica al momento de utilizarse. Por otro lado, los resultados obtenidos fueron a base de las experiencias de los consumidores, ayudando a comprender y poder cubrir nuestros puntos de riesgo contra la competencia, siendo más sólidos dentro del mercado.

Retener a los clientes con las novedades de productos que podemos ofrecer creando una estrategia de moda y tecnología que ayuden a elevar la experiencia de uso al enlazar los equipos para optimizar el rendimiento de uso.

### **Maria Del Carmen Hernandez Garcia**

“La investigación de mercado es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de ayudar a la administración a tomar decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas de marketing” (Malhotra, 2008, 920)

Es importante el hacer una investigación de mercado ya que esta nos ayudará a conectar con el consumidor y sus necesidades, así nos ayudará a definir qué problemas y oportunidades se tienen, así podremos ofrecer un mejor producto a nuestro mercado meta.

La investigación de mercado nos ayudará analizar cada cambio que hay en la sociedad respecto a nuestro producto, así se tomarán decisiones más rápido y menos erróneas al modificar un producto. Este tipo de investigación nos ayuda a ver de manera más cercana a la realidad del producto y el impacto que está teniendo en ese momento.

En el caso de iPhone ha sabido analizar qué es lo que sus usuarios están necesitando, ya que por más mínima mejora que haga estará ayudando a que su producto cumpla las expectativas de los próximos consumidores y le dará un plus para que más gente quiera obtener sus nuevas variaciones de teléfonos.

### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Apple. (02 de junio de 2021). apple. Recuperado de Ante los desafíos de la pandemia, los desarrolladores de Apple incrementan la facturación y las ventas totales del ecosistema del App Store en un 24%, que alcanzaron los 643,000 millones de dólares en 2020: <https://www.apple.com/mx/newsroom/2021/06/apple-developers-grow-app-store-ecosystem-billings-and-sales-by-24-percent-in-2020/>

Apple. (12 de sep de 2023). COMUNICADO DE PRENSA. Recuperado de Apple presenta el iPhone 15 Pro y iPhone 15 Pro Max:

<https://www.apple.com/mx/newsroom/2023/09/apple-unveils-iphone-15-pro-and-iphone-15-pro-max/>

Apple. (2023). support.apple.com. Recuperado de Versiones de seguridad de Apple: <https://support.apple.com/es-mx/HT201222#:~:text=La%20versi%C3%B3n%20m%C3%A1s%20reciente%20de,iPhone%2C%20iPad%20o%20iPod%20touch.>

Cursos marketing (s.f). Cómo es el Marketing de Apple. <https://masterenmarketingdigitaldq.es/como-es-el-marketing-de-apple/#:~:text=Apple%20se%20dirige%20principalmente%20a,la%20tecnolog%C3%ADa%20y%20la%20moda.>

Da Silva. (2023). 5 recursos para hacer un análisis del comportamiento del consumidor.ZendeskMX.<https://www.zendesk.com.mx/blog/analisis-comportamiento-del-consumidor/>

Fromm, J. y Garton, C. (2013). Marketing dirigido a los millennials: llegue a la generación de consumidores más grande e influyente de la historia. Amacom.

García, S (marzo, 2023). Cinco cosas que debes saber antes de comprar un iPhone. iPhone: cinco cosas que debes saber antes de comprar un smartphone | DATA | MAG. (elcomercio.pe)

Marcela, D. (21 de mayo de 2013). Investigación mercadeo iphone apple. Recuperado de <https://es.slideshare.net/gustavoagudelo/investigacion-mercadeo-iphone-apple>

Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados* (quinta edición ed.). Pearson Prentice hall.