

# Proceso de Investigación de mercados

# Objetivos

- Proporcionar una vision general de las etapas del proceso de Investigación de mercados
- Atender el deseo de precisar como es un proyecto de investigacion de mercados
- Intrioducir el concepto de error en la investigación de mercados

# Pasos del Proceso de Inv. De Mercados

- Necesidad de información
- Objetivo de la investigación y necesidad de información
- Diseño de la investigación y fuentes de datos
- Procesamiento de recolección de datos
- Diseño de la muestra
- Recopilación de datos
- Procesamiento de datos
- Análisis de datos
- Presentación de los resultados

# Necesidad de información

- El Gerente es responsable de explicar la situación que rodea la solicitud de ayuda, en la que la investigación facilitara el proceso de toma de decisiones.
- Los Gerentes reaccionan a presentimientos y síntomas de identificar con claridad situaciones de decisión.

# Objetivo de la investigación y necesidad de información

- Una vez establecida la necesidad de información de investigación, el investigador deberá especificar los objetivos de la investigación
- Por que se realiza este proyecto?
- Qué información específica se requiere para lograr los objetivos
- Se presentan por escrito
- Las necesidades de información pasan a ser objetivos.

# Diseño de las investigación y fuentes de datos

- Se establece el diseño formal de investigación e identificación de las fuentes apropiadas de datos para el estudio.
- Es un plan básico que guía las fases de recolección y análisis de datos del proyecto de investigación:
  - Tipos de información
  - Fuentes de datos (Internas o externas)
  - Procedimiento
  - Análisis de la recolección de datos

# Tipos de datos

## ■ Primarios

- Datos específicos para la solución de problemas en estudio.
- Elementos de la población y muestra

## ■ Secundarios

- Resultados de encuestas
- Reportes de investigaciones anteriores
- Tesis universitarias
- Artículos de libros o revistas

# Tipos de investigación

- Académica
    - Universidades
    - Centros de Investigación especializados
  - Exploratoria
  - Monitoreo
  - Descriptiva
  - Correlacional
  - Concluyente
- Profesionales
    - Empresas Consultoras
    - Especialistas dentro de las empresas



# Enfoque de la investigación

- Enfoque Cualitativo: El investigador toma en cuenta el propósito del estudio y el estudio de datos que se necesitan (impresiones, puntos de vista, experiencias, etc.)
- Enfoque Cuantitativo: Incluye métodos para reunir datos, diseño de la muestra y la construcción del instrumento de recolección de datos. (estadísticas, porcentajes, cantidades)

# Diseño de la Muestra

- Con quién o Qué debe incluirse en la muestra.
- Se requiere de una definición precisa de la población de la cual va a extraerse la muestra.
- Estos métodos pueden clasificarse a partir de si implican un procedimiento probabilística o no probabilística.
- Comprende el tamaño de la muestra.

# Tamaño del estudio (Población y muestra)

## ■ Muestreo Probabilística

- Aleatorio o al azar simple
- Sistemático
- Estratificado
  - Proporcional
  - No proporcional
- Por racimos o cupos
- Por etapas

## ■ Muestreo no Probabilístico

- Según el criterio del investigador
- De conveniencia
- Por cuotas

# Recopilación de datos

- Requiere de un presupuesto de investigación y del error total de los resultados de la investigación.
- En consecuencia, la selección, la capacitación y el control de los entrevistadores es esencial para los estudios eficaces de investigación de mercados.

# Métodos de recolección de información

- Enfoque Cuantitativo
  - Encuestas (telefónicas, internet, personales cortas)
  - Observación
  - Experimentación
- Enfoque Cualitativo
  - Entrevistas a profundidad (30 minutos 1 hora)
  - Focus Groups
  - Técnicas proyectativas ( pruebas figuras, cuadros)

# Procedimiento de Recolección de Datos

- Establecer un vínculo eficaz entre las necesidades de información y las preguntas que se formularan en o las observaciones que se grabarán.
- El éxito del estudio depende de la habilidad y creatividad del investigador para establecer este vínculo.

# Procedimiento de Datos

- Una vez registrados los datos se inicia el procesamiento de los mismos.
- Incluye las funciones de edición y codificación:
  - Edición: Revisión de los formatos de datos en cuanto a legibilidad consistencia e integridad.
  - Codificación: Establecimiento de categorías para las respuestas o grupos de respuesta (Números representan las categorías)
  - Los datos están listos para el análisis del computador.

# Análisis de datos

- Se requiere que los análisis sean consistentes con los requerimientos de información identificados en el paso 2.
- Se utilizan software apropiados para el análisis de datos.



# Presentación de los resultados

- Se confecciona un informe escrito junto con una presentación oral.
- Los hallazgos deben presentarse en un formato simple y dirigido a las necesidades de información para la toma de decisiones.
- Se presentan tanto los datos como limitaciones y dificultades de la realización del estudio.

# Estudio y Análisis del Ejemplo de una Investigación de mercados

Preguntas