



Un blog de marketing

# El proceso de investigación de mercados

# Formulando el problema

Con esto buscaremos solucionar o encontrar respuestas a un problema, o ampliar el conocimiento sobre algún tema.

Es necesario saber identificar y especificar un problema de investigación y redactarlo en términos sencillos y claros, **para que este refleje lo que se quiere investigar.**

# Preguntas claves

Dos preguntas claves que permiten definir correctamente el problema de marketing:

- ¿Para qué se requiere la información?
- ¿Se cuenta con información relacionada?



# Objetivos

# Necesidades de información

# Hipótesis



# Estableciendo objetivos.

## General

Sintetizar al máximo la idea que se quiere transmitir y que, por regla general, solo debe existir uno.

## Específico

Los objetivos específicos deben ser más concretos, 100% medibles y estar encaminados, por una parte a dar solución a la acción planteada en concreto y, por otra, debe sumar para la consecución del objetivo general.



# Estableciendo objetivos

## Aprobar matemáticas

**Objetivo general: Aprobar matemáticas con la más alta calificación.**

## Objetivos específicos

- **Mantenerse al día con los ejercicios indicados por los profesores**
- **Practicar con exámenes de prueba una semana antes de los exámenes reales.**
- **Hacer las preguntas que sean necesarias para entender los temas nuevos.**



# Estableciendo objetivos

## Ejemplos de objetivos:

**Determinar el posicionamiento del producto** con relación a la competencia

**Estimar la demanda potencial del producto** en la población objetivo

**Conocer los factores que influyen en la decisión de compra** de artículos para el hogar



# Estableciendo objetivos

**Determinar el posicionamiento del producto con relación a la competencia**

Objetivos específicos



# Estableciendo objetivos

**Estimar la demanda potencial del producto en la población objetivo**

Objetivos específicos





# Estableciendo objetivos

**Conocer los factores que influyen en la  
decisión de compra de artículos para el  
hogar**

Objetivos específicos



# Estableciendo objetivos

**¿Cómo se escriben los objetivos?**

- ✓ **Los objetivos se redactan comenzando con infinitivos (definir, distinguir, registrar, identificar).**
- ✓ **Deben ser claros y concisos.**
- ✓ **Deben plantear posibilidades realizables.**
- ✓ **Se enfocan en logros y no en procesos o actividades.**



# Necesidades de información

En todo trabajo investigativo, la selección del tema de búsqueda es uno de los pasos más importantes. Esto dado a que una adecuada formulación basada en nuestra "Necesidad de Información" permitirá que se llegue a resultados más precisos.

- 1. Identificar el tema general**
- 2. Acotar el tema**
- 3. Reconocer los conceptos clave**
- 4. Formular sinónimos**



# Necesidades de información

Pasos	Descripción	Ejemplo
1. <b>Identificar el tema general</b>	La mayoría de las veces viene predeterminado, es decir, se encuentra establecido previamente. Se caracteriza por ser amplio y no presentar detalles distintivos. Lo reconocemos porque corresponde a una frase que contiene pocas palabras.	“La tecnología en la educación”
2. <b>Acotar el tema</b>	Consiste en especificar el tema general, a partir de ciertos criterios, correspondientes a las particularidades de la información que se desea encontrar. La importancia de realizar esta acción es la posibilidad de limitar o ampliar el tema de búsqueda.	<p>“La tecnología <b>como herramienta de aprendizaje</b> en la <b>enseñanza superior</b> de <b>Europa</b>”</p> <p>Criterios considerados para acotar el tema:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <b>uso de la tecnología:</b> herramienta de aprendizaje</li> <li>→ <b>nivel de enseñanza:</b> superior</li> </ul>
3. <b>Reconocer los conceptos claves</b>	Se refiere a la identificación de las palabras más importantes que conforman el tema acotado. Para saber cómo determinarlas, basta quitar todos aquellos elementos que solo funcionan como enlaces. Entre estos, artículos ( <i>el, los, la, las, un, unos, una, unas</i> ) y preposiciones ( <i>a, ante, bajo, con, de, en, para, por, etc.</i> ).	<p>“La <b>tecnología</b> como <b>herramienta de aprendizaje</b> en la <b>enseñanza superior</b> de <b>Europa</b>”</p> <p>Conceptos clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ tecnología</li> <li>→ herramienta de aprendizaje</li> <li>→ enseñanza superior</li> </ul>
4. <b>Formular sinónimos</b>	Posibles de establecer a partir de los conceptos clave. Determinarlos es muy útil, en caso de que los resultados a partir de la búsqueda mediante el tema acotado no sean los esperados. Por ende, sirven para realizar nuevas búsquedas.	<p>Sinónimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <b>tecnología:</b> Tecnologías de la Información y Comunicación, TIC.</li> <li>→ <b>herramienta de aprendizaje:</b> recursos educativos, estrategias de enseñanza-aprendizaje, herramientas educativas.</li> <li>→ <b>enseñanza superior:</b> educación superior, educación universitaria, enseñanza universitaria.</li> <li>→ <b>Europa:</b> Espacio Europeo</li> </ul>



# Fuentes de información.

**Las fuentes de información pueden ser internas o externas:**

**Las internas se refieren a datos que están adentro de la empresa o que puedan brindar sus miembros.**

**Las externas consisten en datos que fueron generados por otras organizaciones, privadas o gubernamentales, o información que puedan aportar personas o instituciones ajenas.**



# Fuentes de información.

Adicionalmente, la información puede clasificarse según su procedencia:

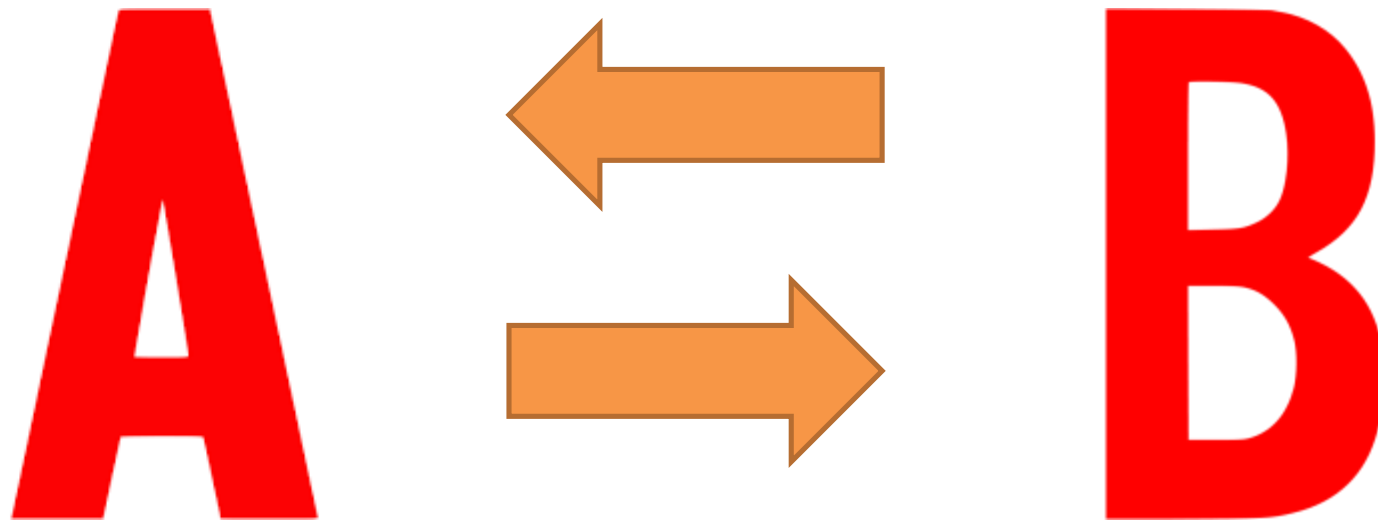
**Fuentes primarias:** Es aquella información que se obtiene para los fines específicos de la investigación.

**Fuentes secundarias:** Es la información que fue generada con propósitos diferentes a la investigación que se está realizando, pero está disponible para ser usada.



# Construir una hipótesis.

Las hipótesis son afirmaciones o supuestas respuestas al problema de investigación. Establecen un punto de partida para analizar los problemas que se resolverán.



# Construir una hipótesis.

## Pasos para el correcto planteo de una hipótesis

1. Definir el tema en forma detallada.
2. Elaborar una pregunta investigativa.
3. Pulir la pregunta con el objeto de limitar toda pretensión subjetiva.
4. Acceder a una primera lectura con suficiente detalle como para formular del todo la hipótesis.
5. Escribirla, de modo tal de tener determinado el alcance de la hipótesis.





# Ejemplos de hipótesis.

## Ejemplos de hipótesis:

**Perdemos clientes** porque la competencia está mejor posicionada en los canales de venta

**La intención de compra** del nuevo producto es superior al 20%

Los hombres dedican a Internet **más del doble de tiempo** que las mujeres

Si reducimos el precio del producto un 10%, **aumentaremos en un 1% la cuota de mercado**



# Diseño de la investigación

	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA
Tipo de análisis	Exploratorio	Estadístico - Numérico
Esquema de investigación	Exploratorio	Descriptivo y/o Causal
Tipo de resultados	Más detallados y menos representativos desde el punto de vista estadístico	Más estandarizados y representativos desde el punto de vista estadístico
Muestras	Pequeñas	Grandes
Técnicas de obtención de datos	Entrevistas, Focus group, observación, etc	Encuestas, búsqueda de datos secundarios, observación, etc



# Asignación

## Lectura CASO BARCLAYS





Un blog de marketing

**FI**  
**N**