



**Desarrollo de pequeñas y medianas
empresas**

**DRA. Myreille Eréndira Rodríguez
Alfonso**

**Procesos de la investigación de
mercados**

Manolo Enrique Rivera Escobar

9o

**Lic. administración y estrategias de
negocios**

Procesos de la investigación de mercados

Diseño de la investigación de mercados

Determinación del problema a investigar

¿Qué incluye?

Objetivos de la investigación
*¿Qué se quiere investigar?
*¿En que aspectos de un problema se quiere profundizar?
*¿Qué hipótesis se quieren contrastar?
*¿Qué variables influyen en los comportamientos, intenciones, actitudes, percepciones?

Tipos de investigación de acuerdo a su diseño

*Diseños exploratorios
*Diseños descriptivos
*Diseños causales

Especificación de la hipótesis

¿Para qué sirve?

Pone de manifiesto lo que se está buscando y anticipa las respuestas posibles a las cuestiones planteadas en la investigación

¿Qué es?

Una afirmación o negación sobre el comportamiento de una variable o sobre la relación existente entre dos o más variables

Pueden derivarse de la teoría de investigaciones exploratorias previas o de la experiencia del investigador

Definición, clasificación y medidas de las variables

Clasificación en función de lo que miden

*Comportamientos
*Atributos
*Actitudes/opiniones
*Motivaciones o necesidades

Una de las clasificaciones más útiles es la de Stevens, incluye 4 tipos de escalas.

*Nominales
*Ordinales
*Intervalicas
*Proporcionales