

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**  
**Mapa Conceptual**

**Ing. Icel Bernardo Lepe**

**Presenta la alumna:**  
**Mayra Lizbeth Pérez Pérez**

**Cuatrimestre, grupo,**  
**6to cuatrimestre "D"**

**Carrera y modalidad:**  
**Lic. Administración de empresas, Semiescolarizado**

**Frontera Comalapa, Chiapas**  
**12 de Junio del 2020.**

# INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

¿Qué es?

Recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática.

Diseño de investigación de mercados

¿Qué es?

Es el plan para la realización del proyecto de investigación de mercados, éste determina el procedimiento para la obtención de información y el análisis de datos con el fin de resolver el problema de investigación.

Determinación del problema a investigar

Toda investigación debe partir de una definición clara y precisa del problema a estudiar. La identificación del problema incluye la especificación de los objetivos de la investigación.

Es Decir

¿Qué se quiere investigar: comportamientos, opiniones, etc.?

¿En qué aspectos de un problema parcialmente conocido se quiere profundizar?

¿Qué variables influyen en los comportamientos, intenciones, actitudes, percepciones, etc.?

¿Qué hipótesis se quieren contrastar?

Tipos de Investigación

Son

Investigación de diseños explorativos

Investigación de diseños descriptivos

Investigación de diseños causales

Especificación de la hipótesis

Es

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

Las hipótesis ponen de manifiesto lo que se está buscando y anticipan las respuestas posibles a las cuestiones planteadas en la investigación.

Ejemplo

La hipótesis afirma que una rebaja en el precio provoca un aumento en la demanda de un determinado producto

Variables

La definición de las variables permite hacer operativos y susceptibles de medida los Problemas básicos a investigar

Clasificación

- Comportamientos
- Atributos
- Actitudes/ Opiniones
- Motivaciones o necesidades

Medidas

- ❖ Escalas nominales,
- ❖ Escalas ordinales,
- ❖ Escalas interválicas
- ❖ Escalas proporcionales.