

**Nombre del alumno: Carolina Hernandez jimenez**

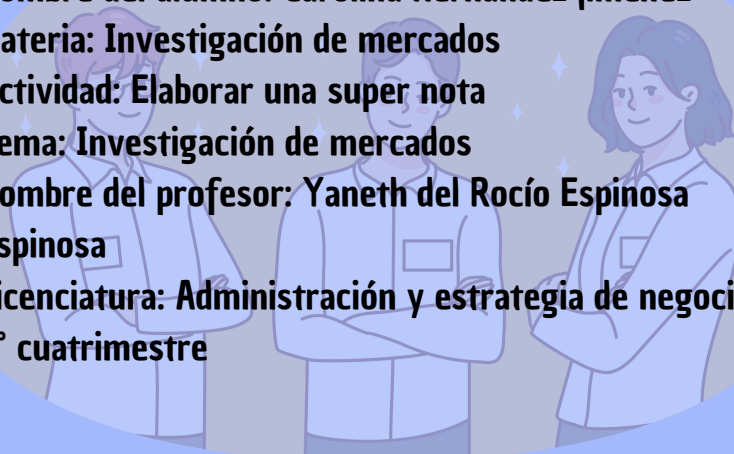
**Materia: Investigación de mercados**

**Actividad: Elaborar una super nota**

**Tema: Investigación de mercados**

**Nombre del profesor: Yaneth del Rocío Espinosa  
Espinosa**

**Licenciatura: Administración y estrategia de negocios  
6° cuatrimestre**



# Investigación de mercados



## Sistema de información de la mercadotecnia

Un sistema de información es el conjunto de elementos, instrumentos y procedimientos para obtener, registrar y analizar datos para la toma de decisiones de la mercadotecnia.



## Elementos de investigación de mercado

La investigación comercial es más amplia y precisa ya que comprende la investigación de cualquier problema de mercadotecnia sin la necesidad de estudiar un mercado. La investigación comercial la distingue su carácter científico de su metodología y la utilidad de los fines que persigue.

### Fines que persigue la investigación comercial

- Proporcionar información que ayude a comprender el mercado y el entorno.
- Identificar problemas y oportunidades.
- Desarrollar y evaluar cursos de acción alternativos

### Requisitos de la investigación comercial

- Reducir la incertidumbre
- Ser susceptible de influir en la decisión
- Justificar su costo



## Aplicaciones de la investigación de mercados

- Hernández y Bautista; La investigación de mercados, es una investigación aplicada, aplica los métodos y técnicas de la investigación científica.
- La investigación de mercados nos permite conocer la realidad de una decisión que debe ser tomada en un momento determinado.
- La investigación de mercados busca la información oportuna, los datos correctos, los métodos apropiados para desarrollar un tema, una situación o una información; lo analiza, diseña herramientas para la recolección de información.
- Malhora (2008) la define como una función administrativa, que es un proceso donde se obtiene información relevante, para la identificación de una situación de incertidumbre.



## Procesos de la investigación de mercados

- Definición de problema
- Determinación de objetivos
- Diseño de la investigación
- Trabajo de campo o recopilación de datos
- Determinación de objetivos



## Diseño de la investigación de mercado

### Etapas del proceso de investigación

- Definición de los objetivos
- Planeación del diseño de la investigación
- Planeación de la muestra
- Recolección de datos
- Procesamiento y análisis de datos
- Formulación de conclusiones y preparación de informes.





## La investigación exploratoria

Temas para la investigación exploratoria

La investigación exploratoria se desarrolla siempre que tenemos los síntomas de un problema, del cual no tenemos una comprensión completa; ver o comprender la situación que se nos está presentando y como funciona la realidad.

La característica principal de una investigación exploratoria según Sabino, es la identificación del problema y no la solución de las cosas en sí; es una investigación donde existen pocos datos o ninguno en concreto y se busca usando los síntomas sin tener clara la problemática



1. El diagnóstico o la investigación de un problema para aclararlo.
2. Identificar alternativas de solución.
3. Descubrimiento de nuevas ideas.
4. El monitoreo ambiental y el Benchmarking.



## Investigación experimental

Es cualquier investigación realizada con un enfoque científico, donde un conjunto de variables se mantienen constantes.

Experimentos que se pueden realizar



shutterstock.com · 2142233053

1. Una tienda invito a los principales líderes de opinión de una ciudad.
2. Una empresa que quería lanzar un nuevo sabor de jugo al mercado de consumidores.
3. En las ferias hay un producto que brinda sus aromas y sabores.

## Investigación descriptiva

Preguntas de la investigación

La investigación de carácter descriptivo ocurre cuando la actividad que corresponde al investigador es buscar características o elementos que componen el problema

1. ¿Quién?
2. ¿Qué?
3. ¿Cuándo?
4. ¿Dónde?
5. ¿Porque?
6. ¿Como?

Investigación descriptiva más comunes

- Identificar o describir las características de grupos, como consumidores, vendedores o mercados.
- Determinar los porcentajes que componen una población.
- Identificar la percepción que tienen los clientes sobre productos o servicios específicos.
- Determinar la pertinencia de las variables de marketing en la ejecución de un plan o campaña.
- Anticipar resultados posibles sobre gestiones, como las posibles ventas de una tienda.



## Investigación causal

La investigación causal busca una situación que provoca otra secundaria, esencialmente una investigación causal busca un elemento que provoca un resultado, su propósito es probar las variables, tanto la dependiente como la independiente; para luego demostrar la relación entre ellas, la relación debe ser que una genere a la otra.

Como se presentan las investigaciones causales.

1. Una acción que genera una reacción.
2. Si un cliente responde a un estímulo.
3. El origen de un comportamiento.
4. Si una condición existe a la par con otra.



## Planteamiento de problema

El planteamiento del problema, corresponde o se identifica como una definición formal del problema que sera tratado; se agrega a la investigación las declaraciones de decisión y su elaboración como objetivos que pueden ser alcanzables o medibles.

El proceso de definición de problema suele ser muy parecido al desarrollo de una propuesta de investigación; en la investigación científica el planteamiento del problema inicia con el contexto y los antecedentes del problema, es decir las situaciones en las que se presenta la problemática



5 pasos del planteamiento de problema

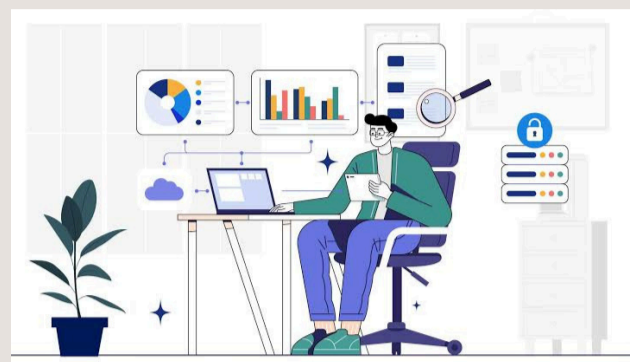
1. La presentación o definición de la variable independiente.
2. La presentación o definición de la variable dependiente.
3. Presentación de los síntomas.
4. Luego de la discusión se plantea las preguntas de investigación.
5. Formulación de los objetivos.

# Hipótesis



La hipótesis es una afirmación razonada que surge del referente teórico o empírico en el que se mueve quien hace el razonamiento, universo real, natural o social.

La hipótesis se formula para explicar los hechos conocidos y pronosticar los desconocidos, por lo tanto su contenido es más profundo y sólido que los datos recientes



## Criterios de la hipótesis (Goode y Hatt)

1. Deben ser conceptualmente claras.
2. Tener referente empíricos.
3. Ser específicas.
4. Estar relacionadas con técnicas disponibles.
5. Vincularse con un cuerpo de teoría



## Aspectos de la hipótesis

1. Definir correctamente el problema que se va investigar.
2. Delimitar la importancia del tema en sí.



## Hipótesis científica

La hipótesis científica debe ser algo que pueda ser apoyado o refutado a través de levantamiento de información metodológicamente válidas, y su análisis posterior

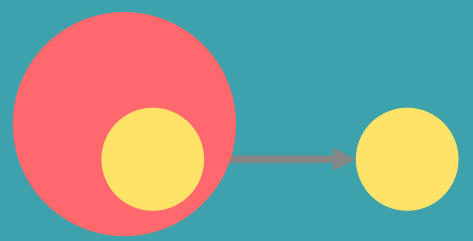


La hipótesis científica se constituye de dos partes

- a). Base o crecimiento.
- b). Cuerpo o estructura.



# La muestra



## La muestra

El proceso de elegir una muestra consiste en identificar una proporción de una población más grande o general, que responde a los propósitos planteados por investigación.

Una muestra permite una precisión razonable sobre los resultados finales, además si los elementos que componen una población son cercanos o similares entre sí, una muestra tendrá la tendencia a acercarse a los mismos resultados.



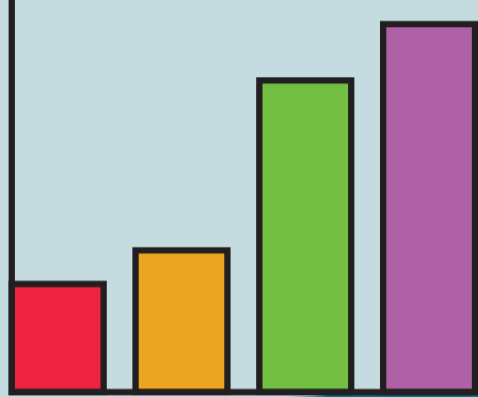
## Aspectos básicos de la muestra

- Definición de la población.

- Marco conceptual.
- Unidades muestra.

Características de una muestra representativa.

- Tamaño suficientemente grande.
- Aleatoriedad.



## Muestreo no probalístico.

El muestreo no probalístico es cuando en una muestra no existe un método para calcular o determinar la probabilidad de que un sujeto sea elegido

## Técnicas de muestreo

- Muestreo por conveniencia.
- Muestreo de juicios.
- Muestreo de cuotas.
- Muestreo de bola de nieve.



## Muestreo probalístico

El muestreo probalístico está representado por diferentes métodos, en los cuales la búsqueda de los sujetos que componen la muestra es aleatoria



## Técnicas de muestreo

- Muestreo aleatorio simple.
- Muestreo sistemático.
- Muestreo estratificado.
- Racimos o clusteis.
- Muestreo por áreas e múltiples etapas.

## Determinación del tamaño de la muestra.

Aspectos

- Distribución de frecuencias.
- Distribución de porcentajes
- Distribución probalística.
- porciones.
- Medias de tendencia central.
  - \_ Media
  - \_ Mediana
  - \_ Moda
- Rango
- Estimación de parámetros.
- Intervalo de confianza.

