

# EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Pasos para una Investigación de Mercados Efectiva

## 1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

### EL PROPÓSITO DEL ESTUDIO



El primer paso en cualquier proyecto de investigación de mercados es definir el problema. Al hacerlo, el investigador debe considerar el propósito del estudio, la información antecedente pertinente, la información que se necesita y la forma en que se utilizará para la toma de decisiones.

## 2. DESARROLLO DEL ENFOQUE DEL PROBLEMA

### FORMULACIÓN DE UN MARCO DE REFERENCIA OBJETIVO O TEÓRICO



El desarrollo del enfoque del problema incluye la formulación de un marco de referencia objetivo o teórico, modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis, e identificación de la información que se necesita.

## 3. FORMULACIÓN DEL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

### ESQUEMA PARA UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



Expone con detalle los procedimientos necesarios para obtener la información requerida, y su propósito es diseñar un estudio que ponga a prueba las hipótesis de interés, determine las posibles respuestas a las preguntas de investigación y proporcione la información que se necesita para tomar una decisión.

## 4. TRABAJO DE CAMPO, RECOLECCIÓN, PREPARACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS.



El diseño también incluye la realización de investigación exploratoria, la definición precisa de las variables y el diseño de las escalas adecuadas para medirlas. La recopilación de datos implica contar con personal o un equipo que opere ya sea en el campo, como en el caso de las encuestas personales, y encuestas en panel por correo en hogares preseleccionados), o electrónicamente (por correo electrónico o Internet). La preparación de los datos incluye su revisión, codificación, transcripción y verificación. Cada cuestionario o forma de observación se revisa y, de ser necesario, se corrige.