

# Importancia de definir correctamente el Problema

**Prof. Belkis Camacaro**

# Recordemos algo...

El proceso de investigación se compone de 4 fases:

**Fase 1: Definir el Problema**

**Fase 2: Diseñar la Investigación**

**Fase 3: Ejecutar el Diseño de Investigación**

**Fase 4: Resultados de la Investigación**

La fase que veremos hoy es...

Definir el problema y cómo hacerlo adecuadamente

1

**Definir el problema**

# Actividades en la determinación del Problema

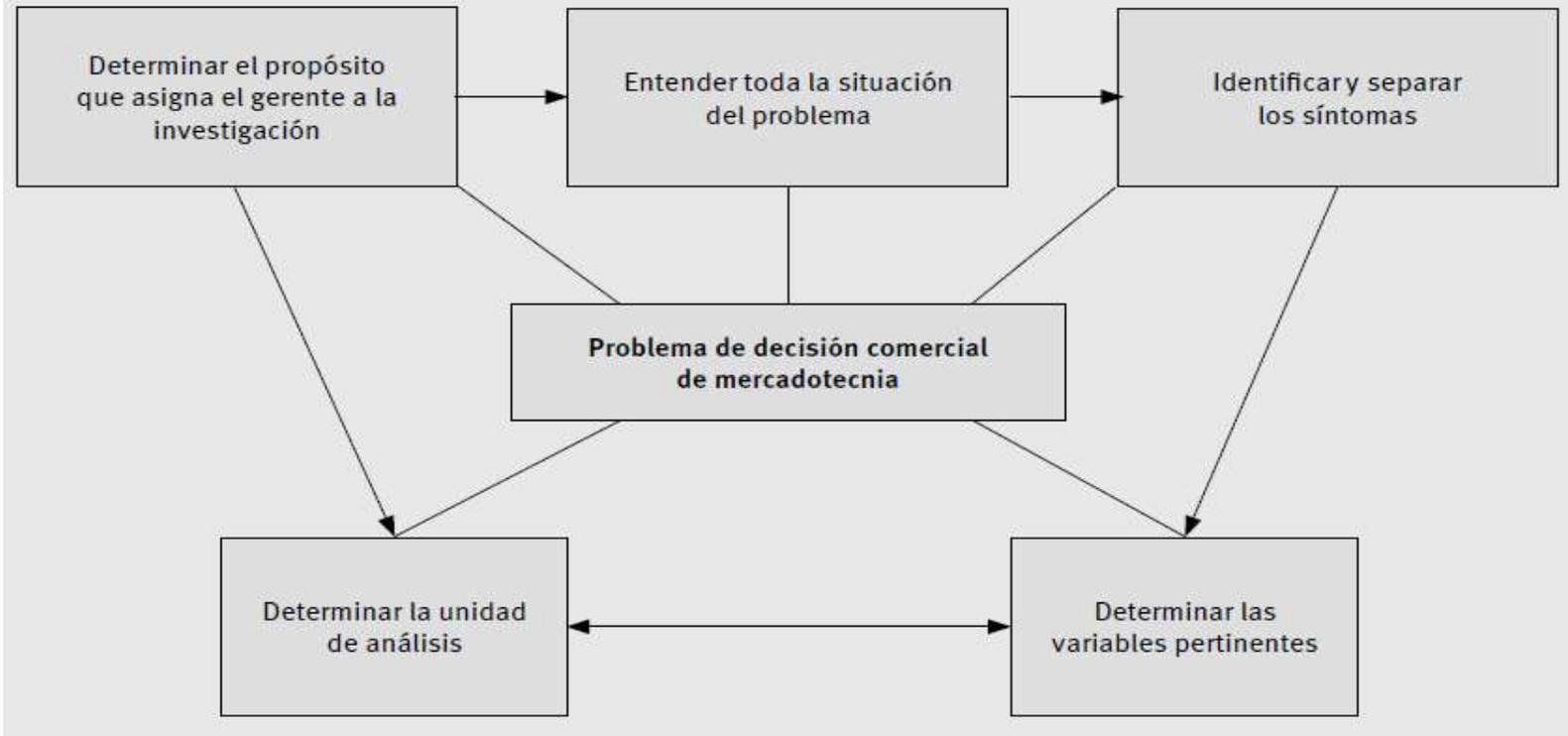
La determinación del problema de investigación comprende tres actividades concatenadas:

- Aclarar e identificar las necesidades de información.
- Definir el problema y las preguntas de investigación
- Especificar los objetivos de la investigación y confirmar el valor de la información.

Estas actividades convocan a investigadores y directores, porque la gerencia entiende que necesita información para mejorar la toma de decisiones.

# Paso 1: Identificar y aclarar las necesidades de información

- En general, quienes toman las decisiones preparan un supuesto de cuál creen que sea el problema antes de hacer participar al investigador, luego los investigadores ayudan a aquéllos para definir bien el problema o la oportunidad y saber cuáles son las necesidades de información (ver lámina 6)



Fuente: Hairbush y Ortinau

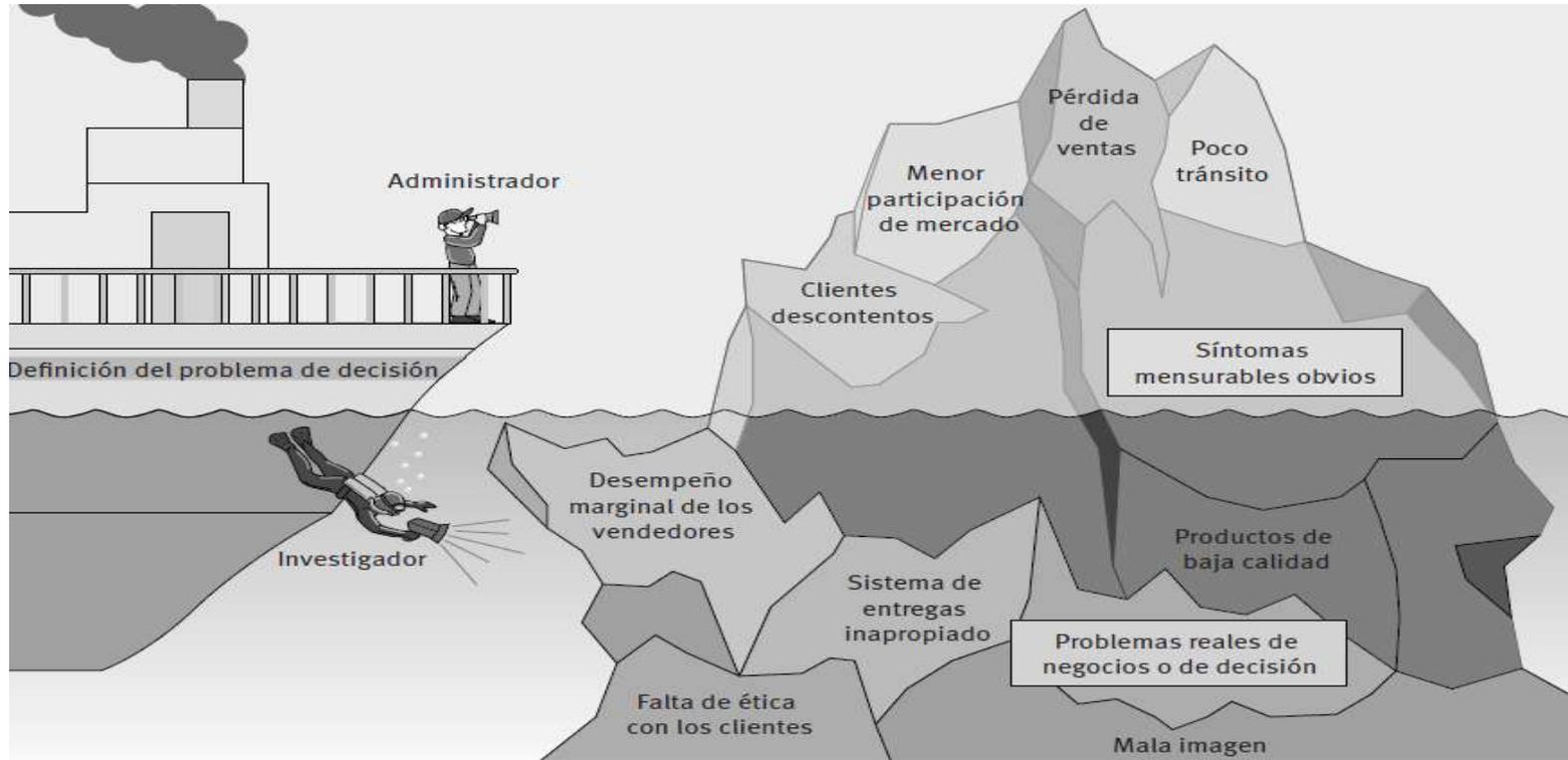
## INTEGRACIÓN DE LA DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

## Paso 1: Identificar y aclarar las necesidades de información

- Definir correctamente el problema es un importante primer paso para saber si la investigación es necesaria.
- Un problema mal definido puede producir resultados de investigación con poco valor.

# Propósito de la Solicitud de Investigación

- La definición de un problema empieza por determinar el objetivo de la investigación. Quienes toman decisiones deben decidir si necesitan los servicios del investigador, que haciendo preguntas, comienza a entender cuál cree el administrador que es el problema.
- Al hacerse el investigador una idea general sobre por qué se necesita una investigación, centra su atención en las circunstancias que rodean al problema. Para ello puede utilizarse la técnica del *Iceberg*.



## Técnica del Iceberg

Fuente: Hairbush y Ortinau

# Entender toda la situación del problema

- Quien decide y quien investiga deben entender todo el problema, lo cual es fácil de decir, pero difícil de realizar.
- Para entender todo el problema, los investigadores y administradores tienen que hacer un análisis de la situación de dicho problema. El análisis situacional es una herramienta dirigida a reunir información básica para familiarizar al investigador con la complejidad general del problema de investigación.

# Entender toda la situación del problema

- Con este análisis se pretende identificar los acontecimientos y factores que llevaron a tal situación, así como las consecuencias que se esperan para el futuro.
- La conciencia de toda la situación del problema abre mayores perspectivas sobre las necesidades del administrador, la complejidad del problema y sus factores.

# Entender toda la situación del problema

- Un análisis situacional mejora la comunicación entre el investigador y el administrador. El investigador debe entender el negocio del cliente, factores como la industria, competencia, líneas de producto, mercados y, en algunos casos, centros de producción. Para esto, el investigador no puede depender únicamente de la información que le da el cliente, porque muchos administradores no saben o no revelan la información necesaria.
- Sólo cuando el investigador contempla objetivamente el negocio del cliente puede clarificar verdaderamente el problema.

# Identificar y separar los síntomas

Cuando el investigador entiende la situación general del problema, debe trabajar con quien toma las decisiones para separar los posibles problemas básicos de los síntomas observables y mensurables que al comienzo se hayan percibido como si fueran el problema, por ejemplo, muchas veces los gerentes piensan que la reducción de las ventas o la pérdida de mercado son un problema.

# Identificar y separar los síntomas

- Después de examinar estas cuestiones, quizás el investigador descubra que más bien son síntomas, un resultado de problemas más concretos, como publicidad mal ejecutada, falta de motivación de los vendedores o distribución inadecuada.
- La dificultad que enfrenta el investigador es la de aclarar el verdadero problema separando las causas posibles de los síntomas. ¿La baja de las ventas es el verdadero problema o no es más que un síntoma de falta de planeación, mala ubicación o administración ineficiente de las ventas?

# Determinar la unidad de análisis

- Como parte fundamental de la definición del problema, el investigador tiene que determinar la unidad de análisis apropiada para el estudio.
- El investigador debe ser capaz de especificar si los datos van a recabarse de individuos, hogares, organizaciones, departamentos, regiones o alguna combinación de ellas. La unidad de análisis marcará una dirección para actividades posteriores, como el desarrollo de una escala y el muestreo, por ejemplo, en un estudio de satisfacción con automóviles, el investigador tiene que decidir si recopila datos de individuos o de una pareja que represente al hogar en el que se maneja el vehículo.

# Determinar las variables pertinentes

- El investigador y el administrador determinan juntos las variables que se tienen que estudiar.
- Debe identificarse el tipo de información que se necesita (hechos, predicciones, relaciones).
- Las variables que se investigan con frecuencia en el marketing, las cuales se miden con varias preguntas en una encuesta, con frecuencia suelen llamarse constructos.

## Paso 2: Definir el problema y las preguntas de investigación

- A continuación, el investigador tiene que reformular el problema en términos científicos, es decir, debe definir el problema como una pregunta de investigación, porque el método científico garantiza un enfoque sistemático para encontrar las soluciones.
- Uno de los pasos más importantes del proyecto es desglosar el problema en preguntas de investigación, porque el cómo se defina el problema de la investigación influye en el resto de los pasos.

## Paso 2: Definir el problema y las preguntas de investigación

- La tarea del investigador es volver a enunciar las variables originales del problema en la forma de preguntas básicas: cómo, qué, dónde, cuándo y por qué.
- Cuando se redactan las preguntas de investigación, se pueden frasear las preguntas para que incluyan sólo la categoría general de los posibles factores (ver ejemplo en lámina 19).

## Paso 2: Definir el problema y las preguntas de investigación

- “¿Cuál es el margen de precios que los clientes están listos para pagar por un taladro Black and Decker RX?”.
- Aquí, cada pregunta de la investigación se centra en una necesidad particular de datos: el margen de precios esperado y el margen de precios real.

## Paso 2: Definir el problema y las preguntas de investigación

- Después de redefinir el problema como preguntas de investigación y de identificar las necesidades de ésta, el investigador tiene que determinar los tipos de datos (secundarios o primarios) que responden mejor cada problema de investigación.
- Aunque la decisión final sobre los tipos de datos es parte del paso 4 (Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos), el investigador comienza el proceso en el paso 2 y plantea la cuestión de si la pregunta de investigación específica puede responderse con datos que ya se tienen o si requiere de datos nuevos.

## Paso 2: Definir el problema y las preguntas de investigación

- Por último, en el paso 2 el investigador determina si la información solicitada es necesaria. Este paso debe completarse antes de pasar al siguiente, el paso 3.

## Paso 3: Especificar los objetivos de investigación y corroborar el valor de la información

- Los objetivos de la investigación deben basarse en la definición del problema de investigación del paso 2. Unos objetivos de investigación enunciados formalmente representan una guía para decidir qué otros pasos hay que dar. La premisa es que si se alcanzan los objetivos, el que decide tiene la información necesaria para resolver el problema.

## Paso 3: Especificar los objetivos de investigación y corroborar el valor de la información

- Antes de pasar a la fase II de la investigación, el administrador y el gerente deben estimar el valor que esperan de la información. No es tarea fácil, porque entran en escena varios factores.
- Las respuestas deben ser las “mejores conjeturas” sobre preguntas de este tenor ¿es posible recabar la información?, ¿la información puede revelar al que decide algo que todavía no sabe?, ¿la información dará conocimientos importantes?, ¿qué beneficios traerá esta información?.

## Fase II: Seleccionar el diseño de la investigación

- El principal interés de la fase II es seleccionar el diseño de investigación más apropiado para alcanzar los objetivos.
- Paso 4: Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos: El diseño de la investigación es un plan general de los métodos que se aplican para reunir y analizar los datos. Determinar el diseño más apropiado de la investigación depende de los objetivos de ésta y de las necesidades de información.

## Fase II: Seleccionar el diseño de la investigación

- El investigador debe considerar la clase de datos, método de recolección (por ejemplo, encuesta, observación, entrevista exhaustiva), método de muestreo, calendario y presupuesto. Hay tres categorías generales de diseños de investigación: exploratoria, descriptiva y causal. A veces, un proyecto de investigación pide una combinación de técnicas exploratorias, descriptivas y causales para materializar los objetivos de la investigación.

## Fase II: Seleccionar el diseño de la investigación

- La **investigación exploratoria** tiene uno de estos objetivos: 1) generar conocimientos que ayuden a definir la situación problemática que enfrenta el investigador, o 2) profundizar los conocimientos de motivos, actitudes y conductas de los consumidores, a los que no es fácil llegar usando otros métodos de investigación, entre los ejemplos de los métodos de investigación exploratoria se cuentan la revisión de la bibliografía sobre la información que ya se tiene, métodos cualitativos como grupos de enfoque y entrevistas exhaustivas o estudios piloto.