Tema 2

Diseño de los Estudios de Mercado

Introducción a la Investigación de Mercados

Departamento de
Dirección de Marketing e
Investigación de Mercados
Universidad Zaragoza

Contenido

2.1 Clasificación de los estudios de mercado

2.2 Diseño de las investigaciones de mercados

- **2.2.1 Investigación exploratoria**
- **2.2.2 Investigación descriptiva**
- **2.2.3 Investigación causal**

2.3 Elección del tipo de investigación

Objetivos:

Ser capaz de…

… definir y caracterizar la investigación exploratoria

… definir y caracterizar la investigación descriptiva

… definir y caracterizar la investigación causal

… seleccionar la investigación más adecuada a cada situación

2.1 Clasificación de los estudios de mercado

Según el tipo de información

- De gabinete
- De Campo
- Mixtos

Según la técnica de recogida de información

- Encuesta ad hoc
- Omnibus
- Paneles
- Observación
- Experimentación
- Pseudocompra
- Entrevistas en profundidad
- Entrevistas en grupo
- Técnicas proyectivas

2.1 Clasificación de los estudios de mercado

Según la naturaleza de la información

- Cualitativos
- Cuantativos
- Mixtos

Según la función que cumplen

- Exploratorios
- Descriptivos
- Causales

INVESTIGACIONES
EXPLORATORIAS
CONCLUYENTES
DESCRIPTIVAS
CAUSALES

Clasificación de la investigación en función de la naturaleza del problema a estudiar

- **Investigación exploratoria**: Esclarecer el problema. Se sugieren soluciones o nuevas ideas
- **Investigación descriptiva**: Busca respuesta a las preguntas quién, qué, cuándo, dónde, cómo y por qué
- **Investigación causal**: Investiga la relación causa-efecto. Investiga las hipótesis sobre la relación causa-efecto

	Inv. exploratorias	Inv. concluyentes
Formulación de objetivos	• Objetivos poco definidos • Objetivo principal suele ser aproximarse a un problema o situación • Frecuente redefinición de objetivos durante fases iniciales	• Objetivos bien definidos desde el principio • Objetivos frecuentes: verificar hipótesis, encontrar relaciones, medir resultados
Definición de la información necesaria para desarrollar la investigación	• Vaga • Posiblemente cambiante	• Perfectamente definida • Inalterable
Obtención de muestras	• Pequeñas • Poco representativas • Selección simple • No aleatorias	• Grandes • Representativas • Selección compleja • Aleatorias
Técnicas de análisis de datos	• Cualitativas • Sencillas	• Cuantitativas • Complejas
Resultados/Conclusiones	• Orientativas • No se pueden extrapolar	• Concluyentes • Se pueden extrapolar
Utilidad de la investigación	Obtener información para desarrollar investigaciones concluyentes	Tomar decisiones
Desarrollo de la investigación	• Flexible • Admite improvisación • Adaptable a los hallazgos	• Formal • No modificable

Características de la Investigación exploratoria:

- Son diseños más **flexibles**, sin que ello suponga la ausencia de estructura
- Las **muestras** son **pequeñas** (NO significativas estadísticamente)
- Análisis de tipo **cualitativo**
- **Técnicas**: Entrevista en profundidad, reunión de grupo y técnicas proyectivas

Ventajas de la Investigación exploratoria:

- Recolección económica y oportuna de datos
- Riqueza de los datos
- Registro fiel de las conductas en el mercado
- Ideas preliminares para elaborar modelos y mediciones de escala

Desventajas de la Investigación exploratoria:

- No se generalizan
- No distinguen diferencias pequeñas
- Falta de confiabilidad y validez
- Dificultad para encontrar investigadores, entrevistadores y observadores bien capacitados

Características de la Investigación descriptiva:

- Dos tipos: **transversal** (momento concreto de tiempo) y **longitudinal** (varias observaciones en diferentes períodos)
- Son procesos más **estructurados** y formales
- Las muestras son **grandes** (estadísticamente significativas)
- Análisis de tipo **cuantitativo**
- **Técnicas**: encuesta y observación (diseño transversal) y el panel (diseño longitudinal)

Características de la Investigación causal:

- Se utilizan para obtener **evidencias** de las relaciones **causa–efecto**
- Al igual que en la investigación descriptiva, requiere de un **proceso estructurado y formal**
- **Técnicas**: experimentación

2.3 Elección del tipo de investigación