

# Guía para realizar un plan de investigación de mercado

El plan de investigación de mercado, representa la fase inicial para realizar una investigación de mercados exitosa.

**El plan de investigación es:** un documento en donde se recopilan las bases y los criterios a desarrollar para realizar una investigación global de mercado.

A continuación un breve resumen de los los puntos básicos que debe tener dicho documento.

**Importante:** El plan de investigación, es el documento que plantea la investigación de mercado, no es la investigación en si misma.

**Ejemplo de un plan de investigación:**

Todo plan de investigación implica el uso de recursos físicos y humanos, genera costos, y debe ser una guía para el trabajo y desarrollo de cualquier investigación de mercados. A continuación los puntos fundamentales que debe tener, acompañados de un breve ejemplo.

**Aclaración:** El ejemplo simplemente espera dar una noción, como es lógico una realización real debe ser mucho más compleja y detallada.

## 1. TITULO PROVISIONAL:

La investigación deberá tener un nombre, que identifique claramente el tema a tratar.

**Ej: Título:** Preferencias de consumo de televisores en la ciudad de Buenos Aires para introducir la marca Ñ.

## 2. ENUNCIACIÓN DEL PROBLEMA:

Consiste en una breve explicación del objetivo de una investigación que le den al lector una breve idea de lo que representa la futura investigación.

Ej: Nuestro problema será determinar si es viable o no introducir nuestra marca de televisores en la ciudad.

### **3. DEFINICIÓN Y LIMITACIÓN DEL PROBLEMA:**

Es la parte en donde se establecen los objetivos y los alcances del problema a tratar.

**Los objetivos serán** los propósitos y las metas a alcanzar, con su correspondiente justificación. **El alcance se refiere a** las limitaciones reales de la realización de la investigación, lo que significa que aclarara no solo la parte a investigar, sino la parte que no será investigada.

Otra parte importante será la **generación de varias hipótesis de investigación.**

Ej: **Objetivos:**

- 1. Conocer el nivel de consumo de televisores en la ciudad,**
- 2. Reconocer los segmentos de mercado que más compran e producto.**

**Alcance:**

- 1. Se espera conocer los datos del casco urbano únicamente.**
- 2. No se planea analizar la competencia.**

**Hipótesis:**

**Las personas jóvenes nuevos residentes y los aficionados al fútbol, serán quienes más compren los televisores.**

### **4. ESQUEMA:**

Es una representación que deberá generar un marco de referencia sobre los diversos temas que serán tratados en la investigación. Debe ser flexible reflejando las hipótesis, los objetivos y los supuestos que dirigirán la investigación.

Generalmente el esquema, será de carácter temporal, es decir, mostrará tiempo y metas.

**Ej:**

Fase 1: Recolección de datos 1. Mes. Cantidad de consumo, potencial mercado 5 Encuestadores,, metodología x...	Fase 2: Análisis de ..datos. 15 días Tabulación y desarrollo Empresa consultora, estadísticas por PC...	Fase 3: Generación de conclusiones. Análisis y entrega Análisis con el grupo investigador, reuniones de trabajo....
--	---	---

Cualquier esquema deberá representar la variables usadas (no está en el ejemplo)

## 5. MÉTODO Y FUENTES DE DATOS:

Consiste en la determinación de los datos que se deberán recoger durante el procesos de la investigación.

Debe contener una breve explicación de cómo se recogerán dichos datos, cuales serán las formas de recopilación (encuestas, datos antiguos, fuentes externas, experimentos etc).

**Fuentes:** Se refieren a las ubicaciones de donde se recoge la información.

**Técnicas:** Se refiere a la forma de recopilación de los datos. (estadísticas o no estadísticas)

El tipo de datos, generalmente determina el tipo de metodología a utilizar.

**Ej:** Se recogerán 2000 encuestas personales y 5000 telefónicas preguntando las preferencias, su interés por el producto y su capacidad de compra...

Fuentes: Muestra aleatoria, habitantes centro de la ciudad edad 18 – 70  
Técnicas: Encuestas personales y telefónicas mediante cuestionario con las siguientes preguntas...

## **6. DISEÑO DE LA MUESTRA:**

El diseño de la muestra determina los límites de la investigación, el UNIVERSO de la población a estudiar y la representatividad de la muestra de estudio.

Es importante especificar la población, el tamaño de la muestra, el tipo de estratificación o segmentación, La aleatoriedad de las muestras a usar y el muestreo dirigido de la investigación.

Ej: Se estima que con las 700 encuestas totales, se alcanzará una confiabilidad del 98%, la muestra es suficientemente representativa debido a...

Se buscará que no se den sesgos en edad, condición económica etc, con el fin de no generar distorsiones en la investigación...

## **7. FORMAS DE RECOPIRAR DATOS:**

Es el análisis de los instrumentos físicos y los formularios que es emplearán para recopilar los datos . Será la especificación de los formatos o guía de entrevistas.

Ej: Recopilación manual, 5 preguntas cerradas (datos socioeconómicos y perfil y 5 abiertas, para conocer preferencias.

## **8. PERSONAL NECESARIO:**

Explicar y cuantificar la cantidad de recurso humano necesario para el desarrollo de la investigación:

**Ej:** Para llegar a final término la investigación se necesitarán 2 encuestadores personales a razón de 50 encuesta diarias durante los días hábiles del mes para conseguir las 2000 encuestas proyectadas.

Se necesitará un staf de 7 personas que realicen 50 encuestas diarias vía telefónica durante los días hábiles del mes, para llegar a las 7000 encuestas telefónicas. Aprox.

El horario de trabajo será de 9 AM a 5 PM

Además se deberán realizarse asignaciones en caso de que la complejidad de la investigación requiere de diferentes niveles de mando (por ej: supervisor de área, encuestador, etc...)

#### **9: FASES DE ESTUDIO Y CALENDARIO:**

Es el plan de tiempo que seguirá la investigación, especificando etapas, representa el cálculo del tiempo necesario y las deferentes fases de la investigación.

**Ej:** 2 meses para la entrega de la investigación 1 mes recopilación y un mes tabulación, análisis y conclusiones...

#### **10: PLANES DE TABULACIÓN:**

Explicación detallada de las formas para recopilar datos, tipos de análisis y de información:

**Ej:** Se separarán las encuestas según interés o no en el producto, se tomarán los resultados segmentando el nivel de compra y se calculará el mercado potencial de televisores en la ciudad...

#### **11. ESTIMACIÓN DE LOS COSTOS PARA REALIZAR EL PROYECTO:**

Es necesario incluir en la determinación de costos, salarios, contratos, servicios prestados, insumos físicos etc, para calcular perfectamente la relación costo – beneficio del proyecto.

Ej: Se necesitarán 20.000 dólares repartidos así.

7.000 dólares en salarios, 3.000 costos telefónicos, 2500. Transporte, 2500. Papelería., 3500 Tabulación, 1500 Gastos varios etc...

Pensamos que el costo del proyecto es bajo, en relación al posible impacto de la introducción del producto al mercado...

**Para terminar:**

1. Es importante evitar los prejuicios en las investigaciones.
2. Es vital comprobar fehacientemente los datos obtenidos. Evitar datos inventados, encuestas mal tomadas etc.
3. Cuando se toman datos buscar que la aleatoriedad se mantenga, muchas veces se toman las encuestas en territorios específicos que le quitan representatividad a las muestras.
4. La seriedad es importante en cualquier investigación de este tipo, además la amabilidad y el buen trato generalmente generan mejores resultados.