

Concepto e Importancia del Diseño y Tipos del Diseño

El término “diseño” se refiere al plan o estrategia que se piensa utilizar. La manera más rápida de obtener conclusiones acerca de un mercado en particular es la aplicación directa de cuestionarios. Sin embargo, antes de llevar a cabo este paso, se requieren otros que nos permiten visualizar con mayor detalle el estudio en su totalidad.

Cada estudio es diferente de los demás porque las circunstancias que lo determinan son distintas y porque las preguntas que se formulan a los empresarios también son diferentes en cada caso. No obstante, la metodología que se utiliza para llevar a cabo la investigación de mercados, de hecho, es universal ya que se basa en el método científico y, por lo tanto, pretende partir de una visión general para llegar a plantear un fenómeno en particular, visto desde todos los ángulos posibles.

Cada tipo de diseño tiene sus características propias, son varios factores los que se deben analizar. La precisión, amplitud o profundidad de la información obtenida varía en función del diseño elegido.

Tipos de diseños

Todos los proyectos de investigación deben seguir un patrón o estructura que sirve para guiar a los responsables por el camino más seguro a fin de que obtengan la información que requieren. Enseguida se presentan tres de las finalidades de realizar un estudio de mercado.

Concepto e Importancia del Diseño y Tipos del Diseño

Investigación descriptiva

- Busca definir con claridad un objeto, el cual puede ser un mercado, una industria, una competencia, puntos fuertes o débiles de empresas, algún medio de publicidad o un problema simple de mercado.
- Describe: el qué está ocurriendo, el cómo vamos y dónde nos encontramos, sin preocuparse por el por qué. Es el tipo de investigación que genera datos de primera mano para realizar después un análisis general y presentar un panorama del problema.

Investigación predictiva

- Es aquella que busca proyectar valores a futuro y pronosticar variaciones en la demanda de un bien, en los niveles de crecimiento de las ventas, el potencial de mercados a futuro, el número de usuarios en cierto tiempo o el comportamiento de la competencia.
- Por lo general, en cualquier estudio predictivo se consideran elementos como el comportamiento histórico de la demanda, cambios en las estructuras de mercado y aumento o disminución del nivel de ingresos.

Investigación causal

- Explicar las relaciones entre las diferentes variables de un problema de mercado. Es el tipo de investigación que busca llegar a los nudos fundamentales y que pretende identificar con mucha claridad fortalezas y debilidades para explicar a qué se debe la conducta del consumidor.
- Por lo general, la investigación causal se aplica para identificar fallas en algún elemento de marketing, como el diseño de un empaque, un cambio en el precio que propicie un aumento en la demanda o alguna característica de los productos que no guste a los consumidores y que provoque que dejen de comprar el artículo.

Concepto e Importancia del Diseño y Tipos del Diseño

Sin importar la materia que se aborde, la metodología de trabajo es igual para cualquier tipo de investigación, ya que se relaciona de manera directa con el método científico.

Referencia:

Hernandez, R., Fernandez, C. (2006) Metodología de la investigación (4ta. Ed.) México McGraw-Hill.