

Aplicación y Usos de los Diseños

En cualquier tipo de investigación, la aplicación del diseño de la investigación se ajusta a la situación, cambios o contingencias y sirve para proporcionar al investigador un panorama amplio y general acerca del fenómeno que desea investigar.

El diseño de la investigación es una etapa previa de la investigación y tiene como finalidad sentar las bases y dar los lineamientos generales que permitan que nuestro estudio sea lo más completo posible.

La investigación se realiza para que la información contribuya a reducir el riesgo en la toma de decisiones de los responsables de marketing y es preciso que reúna determinadas características:

- Sólida: tiene que ser suficiente, precisa, relevante y estar actualizada y disponible siempre que se necesite, además de incorporar elementos predictivos que permitan valorar la posible evolución del fenómeno que se pretende estudiar.
- Eficiente: de manera que el coste que acarrea conseguir la información sea menor que el beneficio que proporciona a la empresa.

La empresa requiere realizar la investigación de mercados con la finalidad de obtener información comprensible y útil que pueda convertirse en conocimiento aplicable al diseño de las futuras acciones de marketing.

El proceso empieza por la identificación de los datos que pueden ser de interés para la empresa para luego interpretarlos y darles sentido a partir de los intereses de la empresa.

Aplicación y Usos de los Diseños

Referencias:

Benassini, M. (2009) *Introducción a la Investigación de Mercados Enfoque para América Latina*. (2ª. Ed.) México: Pearson- Prentice Hall.

Hernandez, R., Fernandez, C. (2006) *Metodología de la investigación* (4ta. Ed.) México MC Graw Hill.