

I.- PLANEACION DE LA INVESTIGACION:

Al planear un proyecto de Investigación es preciso prever las actividades y exigencias de información, a fin de no caer en la ineficiencia ni en orientaciones erróneas.

Con todo, las actividades que intervienen no son un conjunto de instrucciones muy exactas e infalibles, sino que están muy interrelacionadas y resultan difíciles de estructurar como quisiéramos.

* Formulación de preguntas

Para la elaboración de preguntas se requiere determinar que tipo de información se necesita para llegar a resultados factibles de acuerdo a lo que la Empresa requiere; una vez especificada esta información debe decidirse el método de comunicación que se utilizará para el caso, la pregunta elaborada debe contener la información requerida conjuntamente pregunta a pregunta para obtener la información deseada; debemos hacer notar que la redacción de dicha pregunta encierre nuestra necesidad y sea entendible para el cuestionado.

* Investigación Informal

En lo fundamental la Investigación Informal tiene por objeto ayudar a que el investigador se familiarice con la situación del problema, identifique las variables más importantes, reconozca otros cursos de acción; en resumen es

auxiliar para obtener con relativa rapidez ideas y conocimientos en una situación a la vez que este tipo de investigación nos lleva al diseño de una Investigación preliminar de la situación general, con un gasto mínimo de dinero y en un menor tiempo, caracterizándose por su flexibilidad para reconocer ideas previamente vistas. Para el caso nos hemos de basar para este método en acciones abiertas, datos secundarios y archivos de la Empresa que son fáciles de obtener.

Esta Investigación es más apropiada en las situaciones en que la Empresa está buscando aclarar problemas u oportunidades potenciales, nuevos enfoques, hipótesis relacionadas con la situación actual y enfocar esto a tomar la decisión de un estudio completo de mercadeo.

* Plan de Investigación Formal

Una Investigación de este tipo es más profunda, para obtener información que ayude a evaluar y seleccionar la línea de acción que se debe tomar por parte de la Empresa; éste diseño es caracterizado por la formulación de procedimientos comprendiendo necesidades definidas con sus objetivos e información relacionados para el caso, por lo general se elabora un cuestionario escrito detallado, junto con un plan formal de proyección de muestreo. Los puntos tocados para la elaboración de este plan incluyen encuestas, experimentos, observaciones y simulación. En este plan el investigador debe identificar de antemano las preguntas específicas que desea contestar, si las responderá y las

implicaciones que posiblemente tengan para el desarrollo de la mercadotecnia. La finalidad de este tipo de estudio consiste en llegar a un pronóstico o predicción de alguna medida de interés para el investigador que resulte factible para todo el desarrollo del plan.