UNIVERSIDAD

Investigación de Mercados

utel.edu.mx

Semana 7

a) Compendio y conclusión de los procesos de Investigación Cuantitativa y Cualitativa. Sus diferencias.

Establezcamos un contexto:

Una empresa fue contratada para estudiar la posibilidad de construir un salón, para eventos, con capacidad para 10.000 personas, en las cercanías de un parque de atracciones, en una ciudad con mucho movimiento turístico, muchos hoteles, y restaurantes.
Se le solicitó:

1. Que realizará el estudio y proposición para construir un lugar de encuentro y eventos, el cual tenga la calidad adecuada para poder producir ingresos superiores a los 12.000.000,00 de pesos al año, en el terreno y recurso indicado.
2. Que si es factible construir con los recursos establecidos y se llegase a construir a que tipo de instituciones y/o personas estaría dirigido este local, para ser utilizado. Los gerentes de la empresa de investigación se reunieron y establecieron con los investigadores ciertas preguntas:

¿Cómo y dónde obtener información confiable sobre las posibilidades reales de la empresa que los contrató?

Los investigadores se percataron que necesitaban **información secundaria** interna de la empresa contratante. Los investigadores se dirigieron a las autoridades de la empresa contratante y les plantearon la necesidad de revisar los libros de ventas con detalles de clientes pasados y actuales, actividades realizadas por esos clientes. Entre las variables conseguidas se encuentran variables cualitativas (Tipos de actividades, localizaciones, calidad de respuestas al momento de pagar) y variables cuantitativas (cuántos empleados tiene la empresa, cuántas empresas han sido atendidas, cuánto ingreso han recibido).

¿Qué tipo de investigación cualitativa y/o cuantitativa pueden emprenderse para conocer la potencialidad turística del área bajo estudio?

Dado que les interesó conocer aspectos individuales y grupales, se realizaron encuestas personales aleatorias dirigidas a los turistas a la puesta de los hoteles de la zona para conocer su procedencia, intereses y actividades. Así mismo para los directivos y empleados de empresas del área se realizaron encuestas para conocer sus opiniones respecto a un proyecto de esa naturaleza, y en qué los podría beneficiar.

Se realizaron encuestas electrónicas y por correo a las empresas del Estado donde se encuentra y sus alrededores y se conocen sus necesidades para reuniones colectivas de trabajo y de festejos.

¿Qué otro tipo de técnica cualitativa se puede utilizar?

Se realizó un Focus Group o reunión de grupo con los gerentes de los departamentos de la empresa contratante y se establecieron las prioridades y objetivos específicos de la tarea encomendada.

¿Cómo puede presentarse el informe de la investigación y a quienes puede estar dirigido este informe?

Se presentaron 2 tipos de informes, un informe técnico escrito dirigido a los gerentes de la empresa contratante y otro dirigido a los medios de comunicación, una vez que fue aprobado el informe técnico, fue llevado a conocimiento del público en general, habiendo definido todos los términos técnicos para la mejor comprensión del público.