

CLASE

2

Investigación de mercados

Fundamentos de la Investigación de
Mercados

Educación de calidad

INTRO DUC CIÓN

DE LA CLASE

GRADO / POSGRADO / TECNOLOGÍAS

Estudia a tu tiempo
sin interrupciones

EDUCACIÓN EN LÍNEA DE CALIDAD



En esta segunda semana nos adentraremos en el rigor del método científico, el cual se fundamenta en la coherencia de sus etapas iniciales. Este proceso parte de la definición de la investigación, fase crítica donde delimitamos el objeto de estudio y establecemos la relevancia del fenómeno a analizar. Sobre esta base, el desarrollo de la hipótesis nos permite formular proposiciones tentativas y verificables que articulan la relación entre variables, funcionando como el eje rector del análisis. Finalmente, la elección del diseño de la investigación nos determina la arquitectura metodológica, ya sea mediante enfoques exploratorios, descriptivos, correlacionales o explicativos, asegurando la validez interna y la precisión en la obtención de resultados.

Definición, Hipótesis y Diseño son los pilares de una investigación rigurosa. Nos definen qué se estudia, qué se espera encontrar y cómo se obtendrán las evidencias. Juntos, nos proporcionan estructura, dirección y validez científica, permitiendo recolectar datos precisos y sacar conclusiones significativas.

RDA 1: Comprende las metodologías y etapas de la investigación de mercados para su aplicación en el análisis del entorno comercial.

2. Definición de la Investigación

2.1. Definición de la Investigación de mercados

La definición de la investigación es una exposición de la información que se necesita; es una guía general de la investigación. Se relaciona con la elaboración del método para resolver el problema de investigación. Sus elementos son el Problema, en el cual se busca reconocer sus causas posibles; analizar sus variables de influencia; no sus síntomas. El Propósito, que es el objetivo general y es lo que se quiere hacer con el problema. Los Objetivos específicos que son la información relevante requerida para alcanzar el propósito. La hipótesis que es la respuesta al objetivo específico (se afirma algo). Y el alcance que son el espacio y tiempo, los límites de la investigación.

2.1.1. Objetivos de la Investigación

Son los propósitos del estudio. Expresan el fin, las metas que pretenden alcanzarse. Todo el trabajo de investigación se orienta a lograrlos (los objetivos). Dependen del planteamiento (enunciado) y la formulación-sistematización (preguntas) del problema de investigación. Los objetivos deben ser SMART:

Figura 1

Objetivos SMART



Nota. En el enlace se hallarán características específicas de cada uno de los elementos de los objetivos SMART, que serán de gran utilidad para poder establecer los objetivos de cada una de las investigaciones por realizar. Tomado de <https://tecnosuiza.com/objetivos-smart/>

Al redactar los objetivos deben utilizarse verbos en infinitivo, Deben utilizarse verbos que puedan lograrse ó alcanzarse. En estudios de pregrado y posgrado se recomienda utilizar verbos que implican acción reflexiva más que acción operativa. (Bernal, 2016, p. 127). La diferencia fundamental es el receptor de la acción: los verbos de acción reflexiva indican que el sujeto realiza la acción sobre sí mismo (ej. *yo me lavo*), utilizando pronombres reflexivos (me, te, se, nos, os); por el contrario, los verbos de acción operativa u objetiva (no reflexivos) indican que el sujeto actúa sobre un objeto o persona externa (ej. *yo lavo el auto*).

Figura 2

Verbos de acción reflexiva

• Analizar	• Determinar	• Estudiar	• Identificar
• Comparar	• Diseñar	• Evaluar	• Organizar
• Conocer	• Elaborar	• Examinar	• Plantear
• Definir	• Especificar	• Explicar	• Proponer
• Describir	• Establecer	• Formular	• Revisar

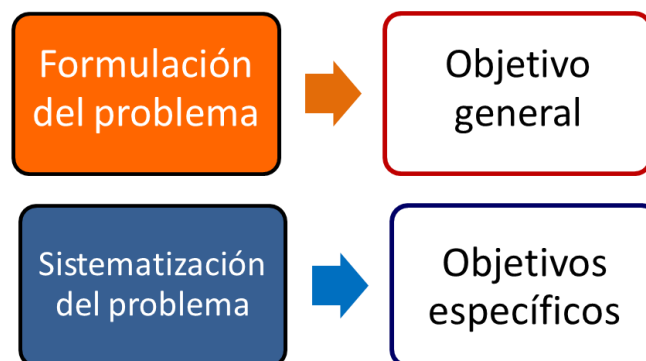
Nota. Con verbos reflexivos el investigador depende de él y no de terceros para la culminación de la investigación o proyecto. Elaboración propia (López, 2026).

Existen dos tipos de objetivos. El General (1); refleja la esencia del planteamiento del problema y la idea expresada en el título del tema o de la investigación. Los Específicos (3 a 5); se desprenden del objetivo general, son los pasos que se dan para lograr el objetivo general, deben formularse de forma que estén orientados al logro del objetivo general, cada objetivo debe diseñarse para lograr un aspecto del objetivo general, todos los objetivos en su conjunto deben lograr la totalidad del objetivo general.

La formulación del problema genera el Objetivo Específico mientras que la sistematización del problema genera los objetivos específicos.

Figura 3

Fuentes de los objetivos



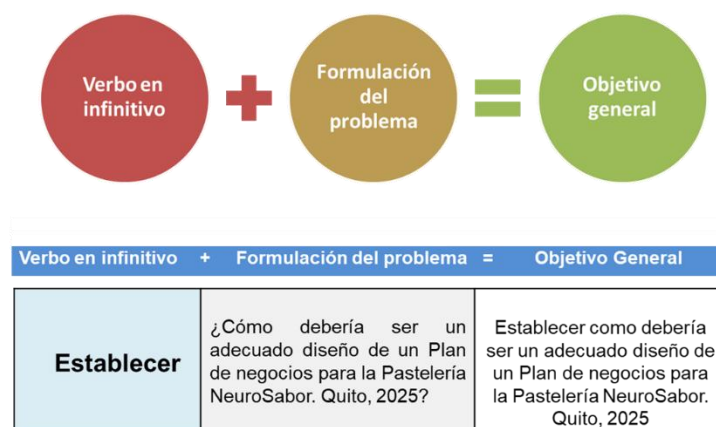
Nota. Antecedentes de los objetivos de investigación. Tomado de *Patricio Andino Sosa, 2014, Apuntes sobre trabajos de titulación*

2.1.1.1. Objetivo General.

El objetivo general es una declaración amplia que describe la finalidad global de un proyecto o investigación. Este tipo de objetivo establece el propósito principal que se desea alcanzar, sin entrar en detalles específicos. A menudo, el objetivo general está directamente relacionado con el problema central que se quiere abordar o resolver. Por tanto, actúa como una guía amplia que direcciona todos los esfuerzos en torno a la meta principal. <https://www.aicad.es/objetivos-generales-y-especificos> (en este enlace se podrá revisar los objetivos generales y específicos, y darse cuenta de que son la guía para mantener el enfoque y evaluar el progreso en el tiempo)

Figura 4

Construcción del Objetivo General



Nota. Escoger el verbo que mejor denote la acción que se desea realizar. Copiar íntegramente la formulación del problema, quitar los signos de interrogación. Tomado de *Patricio Andino Sosa, 2014, Apuntes sobre trabajos de titulación*

2.1.1.2. Objetivos Específicos.

Los objetivos específicos detallan los pasos necesarios para alcanzar el objetivo general. Estos objetivos son más concretos y detallados, y describen acciones o metas parciales que, una vez alcanzadas, conducirán al logro del objetivo general. Los objetivos específicos permiten descomponer una tarea grande y compleja en pasos más manejables y medibles. <https://www.aicad.es/objetivos-generales-y-especificos>

Es importante que los objetivos sean planteados en forma secuencial. Significa que el investigador debe pensar qué es lo primero que va a realizar y lo que le sigue a este primer objetivo, y presentarlo de forma consecutiva. Por ejemplo, si el objetivo general es preparar una gelatina, los objetivos específicos serían: 1 Calentar el agua, 2 Verter el polvo en el agua caliente, 3 Agregar el agua fría, 4 Refrigerar. No se puede poner primero el agua fría, luego el polvo de gelatina y finalizar con el agua caliente; con este proceso no se obtendrá el objetivo general de preparar una gelatina.

A manera de referencia se puede considerar la tabla de verbos didácticos de la taxonomía de Bloom:

Figura 5

Verbos didácticos de la taxonomía de Bloom

NIVEL DE COMPLEJIDAD BAJO



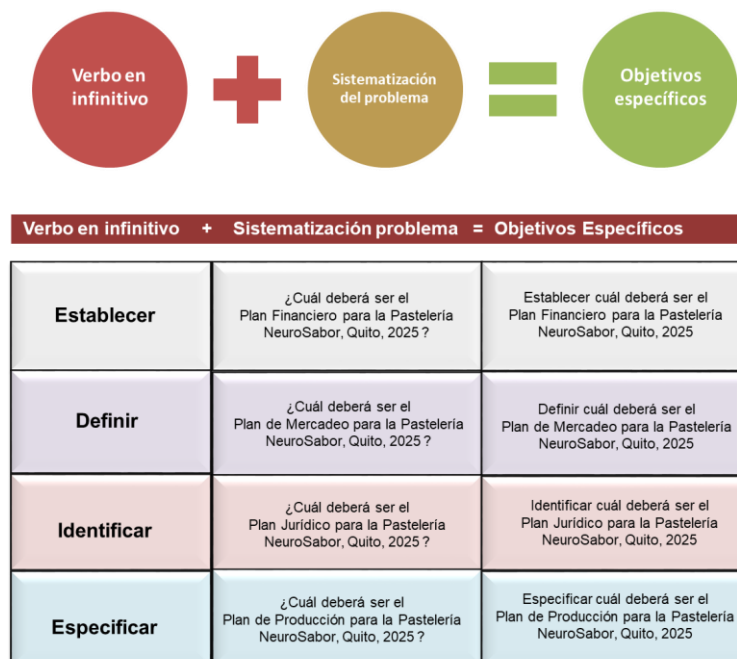
NIVEL DE COMPLEJIDAD ALTO

NIVELES	CONOCIMIENTO	COMPRENSIÓN	APLICACIÓN	ANÁLISIS	SÍNTESIS	EVALUACIÓN
VERBOS	ESCRIBIR DUPLICAR DESCRIBIR ROTULAR ENUMERAR CONTAR ETIQUETAR MEMORIZAR REPRODUCIR ORDENAR SELECCIONAR RECONOCER LISTAR RELACIONAR RECORDAR NOMBRAR REPETIR DEFINIR	CLASIFICAR EXPRESAR CITAR IDENTIFICAR CONVERTIR INDICAR DESCRIBIR UBICAR ESTIMAR RECONOCER EXPLICAR REPORTAR REVISAR EXPONER SELECCIONAR RESUMIR PARAFRASEAR TRADUCIR	USAR SOLUCIONAR RECOGER TRANSFERIR CALCULAR APLICAR CONSTRUIR RESOLVER CONTROLAR UTILIZAR DETERMINAR DEMOSTRAR ESTABLECER INFORMAR INCLUIR RELATAR PRODUCIR CONTRIBUIR	ANALIZAR CALCULAR CATEGORIZAR DIAGRAMAR DISTINGUIR DIFERENCIAR COMPARAR EXAMINAR ILUSTRAR EXPERIMENTAR CONTRASTAR INVENTARIAR PRECISAR CUESTIONAR SEPARAR LIMITAR PRIORIZAR CATALOGAR	CREAR REVISAR ADAPTAR ESTRUCTURAR ANTICIPAR SUSTITUIR PLANEAR VALIDAR CATEGORIZAR FACILITAR ELABORAR GENERAR INVENTAR COMBINAR INICIAR FORMULAR INTEGRAR ENSAMBLAR RECONSTRUIR	VALORAR EVALUAR COMPARAR ATACAR CONTRASTAR ELEGIR CONCLUIR DEFENDER CRITICAR ESTIMAR DECIDIR PREDECIR CALIFICAR INTERPRETAR SELECCIONAR JUZGAR JUSTIFICAR AYUDAR ARGUMENTAR

Nota. En este enlace se podrá acceder a una descripción y clasificación de los diferentes niveles de conocimiento, plasmados en verbos. Estos pueden ayudar al momento en que se establezcan los objetivos específicos y su adecuada secuencia en su elaboración. Tomado de <https://docentesaldia.com/2019/10/27/que-es-la-taxonomia-de-bloom-y-para-que-sirve/>

Figura 6

Construcción de los Objetivos Específicos



Nota. Es importante que los objetivos sean planteados en forma secuencial. Tomado de Patricio Andino Sosa, 2014, *Apuntes sobre trabajos de titulación*

2.2. Desarrollo de la Hipótesis

Un aspecto importante en el proceso de investigación científica tiene que ver con la hipótesis, debido a que estas son el medio por el cual se responde a la formulación del problema de investigación y se operacionalizan los objetivos. Son explicaciones tentativas sobre el problema de investigación o fenómeno estudiado que se formulan como proposiciones o afirmaciones. Regularmente relacionan variables o pronostican algo (Hernández y Mendoza, 2023, p. 124).

Se formulan hipótesis cuando en la investigación se quiere probar una suposición y no solo mostrar los rasgos característicos de una determinada situación. Es decir, se formulan hipótesis en las investigaciones que buscan probar el impacto que tienen algunas variables entre sí, o el efecto de un rasgo o una variable en relación con otra. Básicamente son estudios que muestran la relación causa/efecto. Por ejemplo cómo se afecta la cantidad demandada si aumenta el precio del artículo (El aumento del precio del producto X es la causa de la disminución de la cantidad demandada del producto X), o cómo afecta a la demanda de un producto la implementación de una campaña publicitaria (La implementación de la campaña publicitaria Z incide en el aumento de la cantidad vendida del producto X).

Las investigaciones de tipo descriptivo no requieren formular hipótesis; es suficiente plantear algunas preguntas de investigación que, como ya se anotó, surgen del planteamiento del problema, de los objetivos y, por supuesto, del marco teórico que soporta el estudio.

En resumen, todo proyecto de investigación requiere preguntas de investigación, y solo aquellos que buscan evaluar relación entre variables o explicar causas requieren la formulación de hipótesis. En el caso de la investigación experimental, siempre es necesario partir de hipótesis que serán las que guiarán el respectivo estudio. (Bernal, 2016, p.184).

El desarrollo de hipótesis en investigaciones de mercado es una conjetura fundamentada y comprobable sobre la relación entre variables (ej. causa-efecto) que guía el estudio. Se basa en datos previos, la competencia y el mercado, siendo crucial para definir objetivos claros, agilizar la recolección de información y tomar decisiones estratégicas sólidas.

Las hipótesis en investigación de mercados son suposiciones comprobables sobre el comportamiento del consumidor, ventas o impacto de estrategias, que guían la recolección de datos.

Figura 7

Ejemplos de hipótesis

- **“Aumentar la presencia en redes sociales elevará la tasa de interacción en un 15%”**
- **“Los consumidores preferirán la versión ecológica del producto”**
- Problema: “Una empresa quiere lanzar una bebida nueva”**
- **Hipótesis: “El lanzamiento de la nueva bebida con sabor a frutas tendrá una alta aceptación entre jóvenes ecuatorianos de 18-25 años debido a su precio competitivo y sabor natural”.**

Nota. Las hipótesis están ligadas a la investigación experimental. Elaboración propia (López, 2026).

La ciencia del mercado sigue el método científico, el cual parte de la observación de un fenómeno, luego se tiene una idea, esta se convierte en una hipótesis, si se la comprueba puede convertirse en una ley, el grupo de leyes genera una teoría y el conjunto de teorías es una ciencia.

2.3 Diseño de la Investigación: Tipos de Investigación

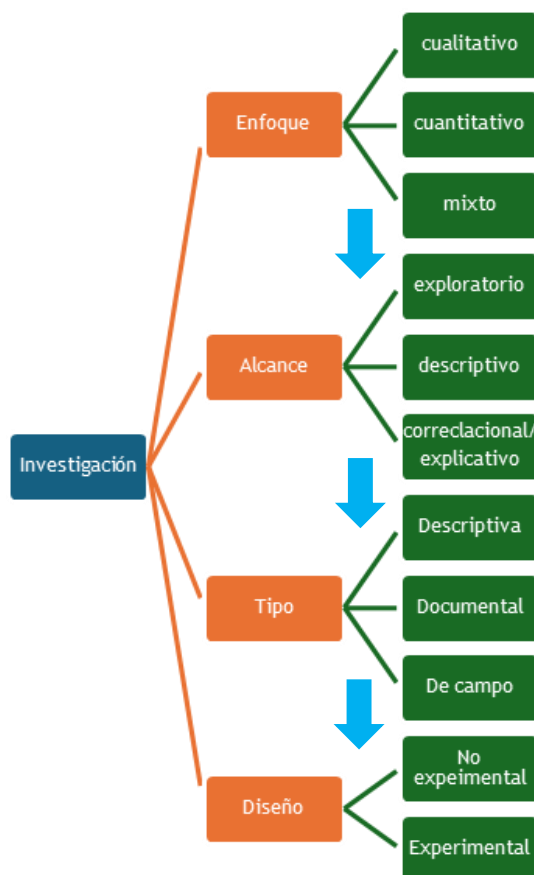
La investigación científica es la serie de pasos que conducen a la búsqueda de conocimientos mediante la aplicación de enfoques, métodos, técnicas e instrumentos de investigación.

En la metodología de la investigación ([Hernández Sampieri](#) 2018), la secuencia lógica y adecuada para estructurar un estudio es la siguiente:

- **1. Enfoque de investigación** (¿Cómo se abordará?): Define la naturaleza del estudio (Cuantitativo, Cualitativo o Mixto). Determina si se medirán variables numéricas o se interpretarán significados.
- **2. Alcance de la investigación** (¿Hasta dónde llegará?): Determina la profundidad del conocimiento: Exploratorio (poco estudiado), Descriptivo (busca características), Correlacional (relaciona variables) o Explicativo (causa-efecto).
- **3. Tipo de investigación** (¿Qué naturaleza tiene?): Define el lugar y la fuente de los datos: Descriptiva (especificar propiedades, características y rasgos), Documental (bibliográfica), de Campo (lugar de los hechos) o Experimental (manipulación de variables).
- **4. Diseño de la investigación** (¿Cómo se recogerán los datos?): Es la estrategia concreta: Experimental (con o sin grupos control) o No Experimental (transversal-un solo momento o longitudinal-diferentes momentos).

Figura 8

Estructura metodológica de la investigación



Nota. Secuencia lógica y adecuada para estructurar un estudio de investigación. Elaboración propia (López, 2026).

2.3.1. Enfoque de Investigación

En las ciencias existen diversas corrientes de pensamiento, sobre cómo indagar distintos fenómenos o el universo que nos rodea, en todos sus ámbitos (físico, social, económico); que han dado origen a tres enfoques (rutas, métodos) para investigar cualquier hecho o problema: enfoque cualitativo, enfoque cuantitativo y enfoque mixto. (Hernández y Mendoza, 2023, p. 5).

Figura 9

Enfoques de investigación



Nota. Enfoques principales de la investigación. Tomado de <https://miasesordetesis.com/enfoque-tipo-diseno-metodo-de-investigacion/>

El Enfoque *Cualitativo* se refiere a caracteres, atributos, esencia, totalidad o propiedades no cuantificables, que podían describir, comprender y explicar mejor los fenómenos, acontecimientos y acciones del grupo social o del ser humano (Pimienta y De la Orden, 2017). No es un proceso lineal sino un proceso “circular” donde no hay un orden en la secuencia y su proceso es bastante flexible. La investigación cualitativa es conveniente para comprender fenómenos desde la perspectiva de quienes los viven, y cuando se busca patrones y diferencias en estas experiencias y su significado. Busca los qués.

El Enfoque *Cuantitativo* utiliza métodos y técnicas cuantitativas y tiene que ver con el uso de magnitudes, la observación y medición de las unidades de análisis, el muestreo, el tratamiento estadístico. En este enfoque los procesos se organizan de manera secuencial, rigurosa, de tal manera que se pueda llevar a la comprobación de la hipótesis. La investigación cuantitativa es apropiada cuando se quiere estimar las magnitudes u ocurrencias de los fenómenos y probar hipótesis. Busca los cuántos.

El Enfoque *Mixto* combina los enfoques cualitativo y cuantitativo, entendiendo que para lograr la calidad total en el estudio, se requiere complementar los procedimientos de una y otra. Este enfoque puede tener varias secuencias, puesto que lo cuantitativo puede preceder a lo cualitativo o viceversa.

Figura 10

Características de los enfoques de investigación

	CUALITATIVO QUÉ s	CUANTITATIVO CUÁNTO s
✓ OBJETIVO	• Obtener un entendimiento cualitativo de las razones y motivaciones implícitas	• Cuantificar los datos y generalizar los resultados de la muestra a la población de interés
✓ MUESTRA	• Pequeño número de casos no representativos	• Gran número de casos representativos
✓ ACOPIO DE DATOS	• No estructurada	• Estructurada
✓ ANÁLISIS DE DATOS	• No estadístico	• Estadístico
✓ RESULTADOS	• Establecer un entendimiento inicial	• Recomendar un curso de acción final

Nota. El enfoque cualitativo busca los qué y el enfoque cuantitativo los cuántos. Elaboración propia (López, 2026).

RECURSO DE PROFUNDIZACION

En este recurso encontrarán, de forma detallada, los enfoques de investigación, alcances de investigación, tipos de investigación y diseños de investigación; elementos importantes que nos ayudan a darle una secuencia lógica y adecuada para estructurar la investigación. Enlace: <https://www.dropbox.com/scl/fi/p6t1sughxdmsj3zfpht6w/F-2-S-2-InvMkt-Recurso-de-Profundizaci-n-B.docx?rlkey=q4ejzf39x7gokljxabb3s9vj8&st=pe6tgyh6&dl=0>

GLOSARIO DE TÉRMINOS:

Objetivo: Fin, meta o resultado que se pretende alcanzar mediante la realización de determinadas acciones o el uso de recursos específicos. En términos sencillos, es el "norte" o horizonte que guía el esfuerzo de una persona, equipo u organización.

Hipótesis: Explicación tentativa o una suposición fundamentada que se formula para responder a un problema o explicar un fenómeno. En el ámbito científico, funciona como una "respuesta provisional" que debe ser sometida a prueba para ser verificada o refutada.

Cualitativo: Características, atributos o cualidades de un objeto, fenómeno o persona que no pueden ser medidos con números, sino que se describen a través de palabras

Cuantitativo: Todo aquello que es contable o medible y que puede expresarse mediante valores numéricos. Es un concepto fundamental en la ciencia y la estadística para analizar datos objetivos y establecer patrones o relaciones de causa y efecto.

RE FE REN CIAS

Bernal C. (2010). *Metodología de la investigación*. 3era ed. Pearson Educación

Hernández R. y Mendoza C. (2023). *Métodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativa y mixta*. McGraw Hill

Malhotra N. (2016). *Investigación de Mercados: conceptos esenciales*. Pearson Educación

Pimienta J. y De la Orden A. (2017). *Metodología de la investigación científica*. Pearson Educación

Rosendo V. (2018). *Investigación de mercados: aplicación al marketing estratégico empresarial*, Escic Editorial.



síguenos en:



www.pucevirtual.puce.edu.ec