

Informe final de investigación de mercados

- **Gianell Peña Cabrera**

<https://www.gestiopolis.com/informe-final-de-investigacion-de-mercados/>

- 11 minutos de lectura

¿Qué es el Informe Final de Investigación de Mercados?

El Informe Final es el último paso en el proceso de investigación. Es un documento escrito que tiene el propósito de dar a conocer algo: presentando hechos y datos obtenidos y elaborados, su análisis e interpretación, indicando los procedimientos utilizados y llegando a ciertas conclusiones y recomendaciones.

Su objetivo es el de comunicar los resultados de una investigación.

Tipos de Informe

En general se suelen distinguir cuatro (04) tipos de informes, considerando como criterio de clasificación los destinatarios y fines de la investigación:

A. Informes Científicos:

Van destinados a hombres de ciencia, consecuentemente competentes en el tema que trata la investigación; en este caso, el lenguaje es riguroso y no hay limitaciones en el uso de tecnicismos; estos informes pertenecen a la categoría de «memorias científicas».

Ad by Valueimpression

B. Informes Técnicos:

Destinados a las organizaciones públicas o privadas que han encargado el estudio o investigación; en este caso, manteniendo el máximo rigor, se procurará que el informe sea accesible a los destinatarios, que no siempre dominan toda la «jerga» propia de la sociología, antropología, psicología social, etc.

C. Informes de Divulgación:

Se trata de estudios destinados al público en general; por consiguiente, deben ser escritos en un lenguaje accesible a una persona de mediana cultura.

D. Informes Mixtos:

Suelen estar destinados a una organización, al mismo tiempo que se dan a conocer al público en general.

Guías Para Elaborar Informes Escritos

Los investigadores que son efectivos en la elaboración de informes están de acuerdo en que hay una serie de guías que se deben seguir.

Ad by Valueimpression

- **Tener en Cuenta la Audiencia.**

Haga un informe claro; use únicamente las palabras familiares a los lectores y defina los términos técnicos. Para hacer comparaciones de cifras en forma fácil, emplee porcentajes, cifras redondeadas, clasificaciones o proporciones; ponga los datos exactos en una tabla dentro del texto o en el apéndice.

- **Refiérase a las Necesidades de Información.**

Recuerde que el informe de investigación se diseña para comunicar información a quienes toman las decisiones. Asegúrese de que esté relacione claramente los hallazgos de la investigación con los objetivos de la gerencia.

- **Sea Conciso pero Completo.**

La mayoría de los gerentes no querrán leer acerca de los detalles del proyecto de investigación. Es una tarea difícil saber qué debe incluirse y qué debe dejarse por fuera. Depende de usted, el investigador, tener en cuenta las necesidades de información de quien toma las decisiones, en el momento de escribir su informe.

- **Sea Objetivo.**

Probablemente tendrá que enfrentarse por lo menos a una situación en la cual sabe que los resultados no serán aceptados fácilmente por el cliente. Los resultados pueden entrar en conflicto con la experiencia y juicio de quien toma las decisiones, o pueden reflejar en forma desfavorable la sabiduría de decisiones anteriores. En estas circunstancias existe una fuerte tentación de desviar el informe, haciendo que los resultados parezcan más aceptables a la gerencia. Sin embargo, un investigador profesional presentará los resultados de la investigación de una manera objetiva (es decir, sin sesgo) y defenderá su validez, si ésta es refutada por el cliente.

- **Estilo**

El estilo de redacción es un tema para un curso de español o de comunicaciones, pero existen ciertos puntos que le ayudaran a escribir un informe que sea fácil de leer.

- Escriba en lenguaje de negocios, breve.
- Utilice palabras y frases cortas.
- Sea conciso.
- Tenga en cuenta la apariencia. Los espacios en blanco (partes de las páginas que están en blanco) hacen que un informe largo sea más fácil de leer. Las gráficas y cuadros, empleados principalmente para ejemplificar visualmente las ideas estadísticas, también son útiles para crear espacios en blanco.
- Evite los clichés.
- Escriba en tiempo presente.
- Utilice la voz activa.
- Hacer ciertas citas de los comentarios de los encuestados hace que el informe sea más interesante y legible, y puede proporcionar una mejor idea u originar nuevas ideas.

Formato o Estructura del Informe

No existe un formato específico que sea adecuado para todas las situaciones. Un trabajo de investigación no está concluido hasta tanto haya sido escrito el informe. La hipótesis más brillante, el estudio mas cuidadosamente preparado y realizado, los resultados mas

sorprendentes son de escaso valor a menos que sean comunicados a otros. Muchos científicos sociales parecen mirar la redacción de un informe como una minucia molesta que aparece al final del proceso de investigación, pero que no es en realidad parte inherente a el.

Mediante el proceso de investigación se obtienen datos para poder expresarlos en forma adecuada a los propósitos de la investigación, teniendo en cuenta a que va dirigida, por esta razón los informes se presentan bajos la modalidad de redacción del informe.

La siguiente guía es aceptada generalmente como el formato básico para la mayor parte de los proyectos de investigación.

1.- Portada

2.- Tabla de Contenido

3.- Indice de las Tablas (o figuras, gráficas, etc.)

4.- Resumen Gerencial

a.- Objetivos

b.- Resultados

c.- Conclusiones

d.- Recomendaciones

5.- Cuerpo

a.- Introducción

b.- Resultados

c.- Limitaciones

6.- Conclusiones y Recomendaciones

7.- Apéndice

a.- Plan Muestral

b.- Formatos de Recolección de Datos

Estructura de los Informes

En lo que concierne a la estructura de los informes, esta tiene una secuencia lógica que, en términos generales, explica de que se trata, que se hizo, como se hizo y cuáles son las conclusiones. Cualquiera que sea la longitud o la índole de los informes, estos tienen ciertos elementos comunes que constituyen su estructura básica. Una forma de hacerlo mas o menos universalmente admitida es la siguiente:

Portada

La portada debe contener un título que resuma la esencia del estudio, fecha nombre de la organización que está presentando el informe de la organización a quien va dirigido e informe. Si el informe es confidencial, los individuos que van a recibirlo deben estar incluidos en esta página.

Tablas de Contenido

La tabla de contenido enumera en forma secuencial los temas cubiertos en el informe, junto con sus referencias de páginas. Su propósito es ayudar a los lectores a encontrar secciones específicas del informe que son de mayor interés para ellos.

Indice de Tablas

Este índice enumera los títulos y números de páginas de todas las ayudas visuales. Esta tabla se puede ubicar en la misma página de la tabla de contenido o en una página separada.

Resumen Gerencial

El resumen gerencial es una presentación concisa y exacta de los aspectos fundamentales del informe. Esta sinopsis de una o dos páginas debe hacerse para la mayor parte de los informes de investigación. Puestos que muchos ejecutivos leen únicamente el resumen gerencial, es importante que esta sección sea exacta y que esté escrita en forma adecuada.

El resumen gerencial no es una miniatura del informe principal, este proporciona a quien toma decisiones los resultados de la investigación que presentan en mayor impacto en la decisión que se tiene que tomar, este resumen debe incluir:

- a. Objetivos del proyecto de investigación
- b. Naturaleza del problema de decisión
- c. Resultados clave
- d. Conclusiones (opiniones e interpretaciones basadas en la investigación)
- e. Recomendaciones para a acción

Cuerpo del Informe

Los detalles del proyecto de investigación se encuentran en el cuerpo del informe. Esta sección incluye: Introducción, metodología, resultados y limitaciones.

Introducción

El Propósito de la introducción es proporcionar al lector la información básica necesaria para comprender el resto del informe. La naturaleza de la introducción esta condicionada por la diversidad de la audiencia y su familiarización con el proyecto de investigación. Cuando más diversa sea la audiencia, mas extensa será la introducción.

La introducción debe explicar claramente la naturaleza del problema de decisión y el objeto de la investigación. La información básica debe relacionarse con el producto o servicio involucrado, y las circunstancias que rodean el problema de decisión. Debe revisarse la naturaleza de cualquier tipo de investigación anterior al problema.

Metodología

El propósito de la sección de metodología es describir la naturaleza del diseño de investigación, plan muestra y, procedimientos de recolección y análisis de datos. Esta es una sección muy difícil de escribir. Se debe dar el suficiente detalle para que el lector pueda apreciar la naturaleza de la metodología empleada, pero la presentación no debe ser excesiva o monótona. Se debe evitar el uso de la jerga técnica.

La sección de metodología debe decir al lector sé el diseño era exploratorio o concluyente. Deben explicarse las fuentes de datos, secundarias o primarias. Debe especificarse la naturaleza del método de recolección de datos, comunicación y observación. El lector necesita saber a quién se incluyó en la muestra, tamaño de la muestra y naturaleza del procedimiento muestral.

Esta sección está diseñada para resumir los aspectos técnicos del proyecto de investigación en un estilo que sea comprensible por una persona que no es técnica; debe desarrollar confianza en la calidad de los procedimientos empleados. Se deben minimizar los detalles técnicos y colocarlos en un apéndice para quienes deseen un análisis metodológico más detallado.

Resultados

El cuerpo del informe esta compuesto por los resultados de la investigación, los cuales deben organizarse alrededor de los objetivos de esta y de las necesidades de información. Esta presentación debe comprender una exposición lógica de la información, como si se fuera a contar una historia. El informe de los hallazgos debe tener un punto de vista definitivo y ajustarse dentro de algo lógico; no es simplemente la presentación de una serie interminable de tablas. Mas bien, se requiere la organización de los datos en un flujo lógico de información a propósito de la toma de decisiones.

Limitaciones

Cada proyecto de investigación tiene limitaciones que es necesario comunicar en una forma clara y concisa. En este proceso, el investigador debe evitar el comentar sobre las debilidades menores del estudio. El propósito de esta sección no es disminuir la calidad del proyecto de investigación, sino permitir que el lector haga un juicio sobre la validez de los resultados del estudio.

Las limitaciones en un proyecto de investigación de mercados generalmente involucran las inexactitudes del muestreo y la no respuesta, debilidades metodologías. La redacción de la sección de conclusiones y recomendaciones está afectada por las limitaciones reconocidas

y aceptadas del estudio. Es responsabilidad profesional del investigador informar claramente al lector sobre estas limitaciones.

Conclusiones y Recomendaciones

Las conclusiones y las recomendaciones deben fluir en una forma lógica a partir de la presentación de los resultados. Las conclusiones deben de relacionar en forma clara los hallazgos de la investigación con las necesidades de información y con base en esta relación hacer las recomendaciones para la acción.

Las recomendaciones del investigador deben estar con mayor razón, basadas en los hallazgos de la investigación.

En cuanto al punto de vista del investigador, debe centrarse en el problema de decisión y pensar en términos de acción, debe apreciar los aspectos gerenciales y el papel de la investigación en el proceso de la toma de decisiones y puede identificar recomendaciones no consideradas aun por quien toma decisiones.

En el análisis final, la acción tomada es responsabilidad de quien toma decisiones y las recomendaciones dadas por el informe de investigación pueden o no sé seguidas.

Apéndice

El apéndice proporciona un espacio para el material que no es esencial en el cuerpo del informe. Este material es mas especializado y complejo que el material presentado en el informe principal y se dice para satisfacer las necesidades del lector. Con frecuencia, contendrá copias de los formatos de recolección de datos, detalles del plan muestral, estimados del error estadístico, instrucciones para el entrevistador y tablas estadísticas detalladas asociadas con el proceso de análisis de datos.

Presentación de los Datos

Cuando llega el momento de presentar los informes de investigación, las dos ayudas que más se utilizan son las tablas y las figuras. Estos hacen el informe menos complejo y más fácil de leer y comprender. Las ayudas gráficas mejoran la apariencia física.

Guías Generales para la Presentación de Ayudas Gráficas

Constantemente, es mejor usar una ilustración dentro del texto si el lector necesita referirse a este mientras lee el informe. Si la información es suplementaria o demasiado larga puede colocarse en un apéndice.

- Siempre haga una introducción de la ilustración antes de presentarla al lector.
- No analice detalles minuciosos de la ilustración, los lectores lo encontrarán complejo y redundante.

Todas las ayudas gráficas deben incluir los siguientes elementos:

- Numero de la Tabla o Figura
- Títulos: Indica el contenido de la tabla o figura
- Rotulaciones: El encabezamiento contiene las leyendas o enunciados de las columnas en una tabla, mientras que los márgenes contienen las rotulaciones de las filas.
- Notas de pie de Página

Los datos pueden presentarse en forma Tabular (Tablas) o Gráfica..

* Ejemplo de Datos en forma Tabular

Tabla 1. Ingreso Trimestral de Estudiantes por Zona

Trimestre	Este	Oeste	Norte
1	20100	30000	45000
2	25000	38010	47000
3	90000	32221	44000
4	20102	30200	43000

La forma gráfica involucra la presentación de los datos en términos de los tamaños interpretados visualmente. Las gráficas pueden mejorar una presentación centrando la

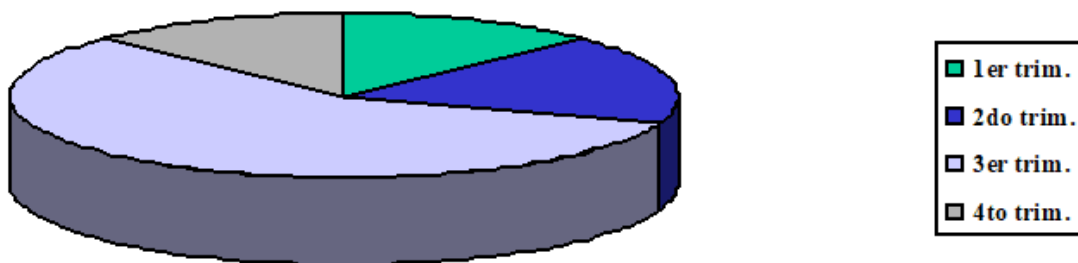
atención en los puntos importantes que no pueden explicarse claramente en las tablas. Son Medios rápidos y atractivos de presentar números, tendencias y relaciones.

La Gráfica de Torta, de Barras y de Líneas son los formatos que se utilizan con mayor frecuencia.

Gráfica de Torta

Es una de las formas más simples y efectivas de representar relaciones proporcionales.

Grafica de Torta



Gráfica de Torta

Tenga precaución con la costumbre de colocar excesiva información en una sola gráfica de torta. Mantenga entre 5 y 6 segmentos y los grupos de segmentos que representan porcentajes pequeños, generalmente menos de un 5%.

Una técnica elegante que se ha vuelto muy popular en las presentaciones de negocios es de separar segmentos de la gráfica.

Gráfica de Barras

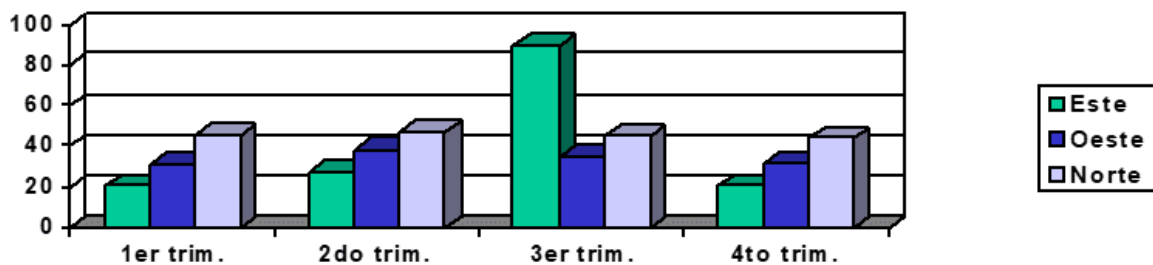
Si usted utiliza más de cuatro (04) gráficas de este tipo, debe de considerar el empleo de una Gráfica de Barras.

Una Gráfica de Barras presenta las magnitudes de los datos según la longitud de varias barras que estén colocadas con respecto a una escala horizontal o vertical.

Estas gráficas son las mejores para ejemplificar comparaciones múltiples y relaciones complejas.

Para comparar diferentes conjuntos de datos en una sola gráfica, utilice una **Gráfica de Barras por Conglomerados**. Agrupan los temas generales y luego dividen la información en categorías específicas.

Gráfica de Barras por Conglomerados



Gráfica de Barras por Conglomerados

Puesto que usualmente, no hay suficiente espacio para todas estas clasificaciones, dibuje cada barra con un patrón diferente y/o color y describa la barra en una leyenda debajo de la gráfica.

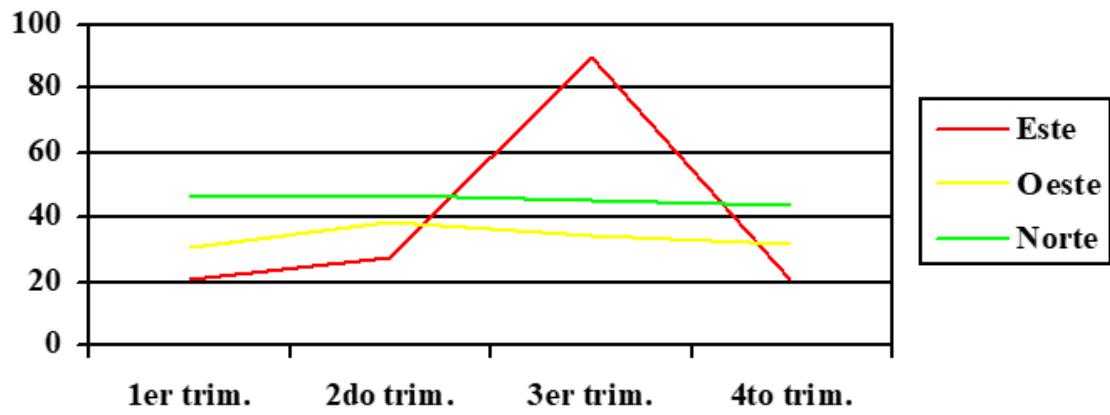
Gráfica de Líneas

Las Gráficas de Líneas muestran de manera efectiva las tendencias durante un periodo de tiempo.

En las siguientes situaciones se prefieren una gráfica de línea:

- Cuando los datos involucran un largo periodo de tiempo
- Cuando se comparan diferentes series en un mismo diagrama
- Cuando el énfasis está en el movimiento y no en la cantidad real
- Cuando se presentan las tendencias de la distribución de frecuencia
- Cuando se emplea una escala de cantidades múltiples
- Cuando se quieren presentar pronósticos

Gráfica de Líneas



Gráfica de Líneas