

# Poniendo unas bases sólidas para mejorar en la Investigación de Mercados



Madrid, 9 y 10 de julio de 2009

## Problemática

- ¿qué se exige hoy de la investigación de mercados?
- ¿hay forma de conseguir una muestra representativa?
- ¿estamos tan seguros de poder establecer un margen de error?
- ¿la gente nos dice lo que piensa y piensa lo que dice?
- ¿sabemos preguntar y escuchar?
- ¿en qué basamos nuestras conclusiones?

## Objetivo

revisar las rutinas aprendidas para aprovechar científicamente los cambios

## Programa

1. ¿Qué se exige hoy de la investigación de mercados?
2. Muestras representativas. ¿Son necesarias? ¿Podemos alcanzarlas?
3. Técnicas de obtención de información. ¿Cómo afectan a la representatividad y a la veracidad de las respuestas?
4. Cuestionemos las formas de preguntar
5. ¿Tan clara es la diferencia entre cualitativo y cuantitativo? En busca de relaciones más estrechas
6. El análisis: ¿nos basamos en lo que nos dicen o en lo que nos han querido decir?
7. La investigación de base. ¿De qué estamos hablando?
8. Sentando las bases de un foro de debate

## Metodología docente

Cada uno de los puntos seguirá los siguientes pasos:

1. Focalización del tema. **Profesor**
2. Cascada de estímulos con participación de **profesor y alumnos**
3. Cascada de soluciones sin evaluación de las mismas. **Alumnos**
4. Evaluación de soluciones. **Profesor y alumnos**
5. Aplicación mediante ejercicios y casos. **Profesor** y aportación abierta a **alumnos**
6. Conclusiones y cuestiones abiertas para un foro de debate. **Alumnos** con ayuda del **profesor**

## Duración

Dos jornadas consecutivas de trabajo, con tiempo variable para cada tema en función de la complejidad e interés que tengan para cada grupo en concreto.

## Alumnado

En este caso la diversidad puede ser ventajosa. Hacer preguntas “ingenuas” y tener puntos de vista “naturalmente” distintos (proveedores, clientes, universitarios) puede ser muy enriquecedor para los objetivos del taller.

Para una plena operatividad el número de alumnos no debería superar los 20.

Previamente al inicio del taller se invitará a cada alumno a que indique que aspectos le preocupan más y la posibilidad de aportar algún caso práctico en cualquiera de los puntos.

## Profesor



Joan S. Alós, con experiencia laboral y docente desde 1967. Ha trabajado todos los campos de la investigación de mercados: cuantitativo y cualitativo; ad hoc y paneles; entrevistador y técnico; gestión clientes y operaciones; todas las metodologías; proveedor y cliente; formador, ponente y articulista.

## Fecha y lugar



FECHA: Jueves, 9 de Julio de 9:30 h a 18:00 h  
Viernes, 10 de Julio de 9:30 h a 13:30 h  
Están previstos breves descansos y compartir el almuerzo el día 9 de Julio.

LUGAR: CEU – Escuela de Negocios  
Carrera San Francisco, 2  
28005 Madrid

## Cuota de Inscripción



Socios AEDEMO 390 € + 16% IVA  
No Socios AEDEMO 490 € + 16% IVA  
Se hace efectiva mediante:  Envío talón nominativo adjunto nº  
 Transferencia a cuenta bancaria de AEDEMO  
(Rogamos envío copia orden de transferencia)  
CAIXA DE CATALUNYA  
Entidad: 2013  
Oficina: 0100  
D.C. 53  
C/C 0200290648

## Información e Inscripciones

AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión)  
Entença, 332-334, 8º 5ª 08029 Barcelona  
Tel. 93 363 10 50 Fax. 93 363 10 56  
www.aedemo.es  
e-mail: aedemo@aedemo.es

## Boletín de Inscripción

## Poniendo unas bases sólidas para mejorar en la Investigación de Mercados

Nombre ..... 1º Apellido ..... 2º Apellido .....  
Cargo ..... e-mail .....  
Empresa ..... Teléfono: .....  
Dirección ..... Fax: ..... E-mail general: .....  
Población ..... C.P.: ..... C.I.F.: .....

Desea participar en el Seminario “Poniendo unas bases sólidas para mejorar en la Investigación de Mercados”, a celebrar en Madrid, los días 9 y 10 de Julio de 2009.

Socio de aedemo ..... de ..... de 2009  
(firma)

Remitir este boletín a:

**aedemo**  
Entença, 332-334, 8º 5ª. 08029 Barcelona  
Tel.: 93 363 10 50 · Fax: 93 363 10 56  
www.aedemo.es  
aedemo@aedemo.es

- Si no desea que su E-mail aparezca en el listado que se entrega a los asistentes, por favor haga una señal en este recuadro.
- Los datos que le solicitamos se recaban a los únicos efectos de proceder a su inscripción en este seminario, así como para que pueda recibir información sobre nuestras actividades, por lo que rogamos nos facilite exclusivamente sus datos profesionales.
- Si no desea recibir más información sobre nuestras actividades, por favor haga una señal en este recuadro.