

tos de datos, inclusive las validaciones de la audiencia del día anterior: este tipo de información es homogéneo, discriminante, consistente, reciente y confiable.

Dé a los resultados de la fusión la misma condición que a los datos recopilados directamente:

- En la mente de los usuarios
- Desde un punto de vista estadístico.

Haga que la técnica de fusión y bench-marking:

- Se encuentre disponible con mayor facilidad gracias a la nueva tecnología de PCs.
- Mejore el software de fusión y bench-marking, mediante la introducción de sistemas más avanzados de manejo de restricciones funcionales.
- Enseñe estos métodos a estudiantes y profesionales jóvenes.

Primeros Talleres de Investigación de Mercados AMAI

Javier Alagón

Estadística Aplicada

El pasado 23 de abril, la AMAI organizó la primera ronda de talleres de Investigación de Mercados en el Hotel Camino Real de la Ciudad de México. Seis talleres (con duración de dos horas cada uno y realizados por la mañana y por la tarde), cuatro de corte cuantitativo y dos en el rubro cualitativo, fueron impartidos por diversos especialistas en investigación de mercados en esta importante modalidad de eventos organizados por la AMAI.

Los talleres impartidos fueron:

Brand Equity, por Alejandro Garnica

Técnicas Proyectivas, por Martha Vaccarini

Técnicas del Juicio, por Lázaro Martínez

Análisis de Segmentación, por Marcelo de Fuentes

Posicionamiento y Mapas Perceptuales, por Abraham Nadelsticher

Muestreo para Investigación de Mercados, por Javier Alagón

Las estadísticas de asistencia y de evaluación de estos primeros talleres, nos permiten calificarlos como muy exitosos: 162 personas distintas acudieron a un promedio de 2.4 talleres; 95% de los asistentes declararon, a pregunta expresa, que recomendarían a otras personas asistir a ellos; casi nueve de cada diez participantes, los calificaron como “muy buenos” o “buenos” (top two boxes).

Ante los resultados tan positivos obtenidos en esta

primera ronda, y ante la petición expresa de muchas personas interesadas, que por falta de cupo no pudieron asistir, realizamos una segunda ronda el pasado 25 de mayo, replicando 5 de los 6 talleres (con un formato ligeramente distinto: duración de dos horas y media por taller, impartido una sola vez). Las estadísticas correspondientes de asistencia fueron también muy positivas: 98 personas que asistieron a un promedio de 2.5 talleres. Las estadísticas correspondientes de evaluación fueron muy parecidas a las de la primera ronda.

Uno de los objetivos de la AMAI es, precisamente, la elevación del nivel profesional del gremio de investigación de mercados. Mediante la realización de seminarios y talleres como los aquí descritos, estamos tratando de alcanzar dicho objetivo. Próximamente, realizaremos una nueva ronda de talleres de investigación de mercados en donde, por cierto, incorporaremos varias de las sugerencias recibidas por asistentes a la primera ronda (principalmente, en términos de temas y tiempos).

¡Estén muy pendientes!

Por último, me permito aprovechar este espacio, para extenderles la más cordial invitación a nuestro Sexto Seminario de Actualización Profesional, a celebrarse el próximo viernes 20 de agosto en el Hotel Camino Real. Para mayores informes y reservaciones, favor de comunicarse con Gabriela Sacal, Gerente de la AMAI. ¡Los esperamos!