



UNIVERSIDAD DEL SURESTE
ADMINISTRACION Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIO
INVESTIGACION DE MERCADO
ALDO IRECTA
ALEJANDRO LOPEZ MARTINEZ

OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

- Fuentes de información

Se obtienen de modo específico para la investigación a efectuar, hay primarias y secundarias, Las fuentes de información secundaria pueden ser internas o externas a la organización y pueden ser públicas o privadas.

La encuesta

Es un medio fundamental para obtener información en investigación comercial.

métodos

- de forma personal. es la más flexible
- por correo. reducido costo.
- por teléfono. Es relativamente barata.
- a través de Internet.
- correo electrónico.

El cuestionario

Es un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente y organizada, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información necesaria

tres requisitos

- Definir correctamente el problema a investigar.
- Formular de forma precisa las hipótesis.
- Especificar adecuadamente las variables y las escalas de medida.

