



UNIVERSIDAD DEL SURESTE
ADMINISTRACION Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIO
INVESTIGACION DE MERCADO
SERGIO EDIARDO LUCATERO
ALDO IRECTA

OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

FUENTES DE INFORMACIÓN

Son datos obtenidos en estudios anteriores que sirven para el propósito de la investigación a realizar, los primarios y secundarios.

Los datos secundarios pueden ser inadecuados por tres razones:
1 por la unidad de medida utilizada.
2 por la definición de las clases o categorías.
3 por la falta de actualización.

Tipos de encuesta

La encuesta personal es la más flexible (pueden aclararse dudas o superar imprevistos)

La encuesta por correo tiene como principal ventaja su reducido costo, además, exige brevedad y una completa y detallada explicación de la forma de contestar a las preguntas.

La encuesta por teléfono es un método cuya utilización ha aumentado en los últimos años, La rapidez es su ventaja más destacada, aparte de permitir la comunicación directa con el entrevistado

cuestionario

debe ser lo más breve posible, varía en función del interés que el tema de la investigación tenga para el encuestado

Requisitos:

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