miMind

# Universidad del Sureste

LAN 6o "A"

Aldo Irecta Nájera

"Investigación de Mercados"

Mapa Conceptual

Leslie Yazmín Moreno Alvarado

Comitán; Chiapas

22 de Julio del 2020

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Estadísticas o datos obtenidos en estudios anteriores
  - Sirven
    - Para el propósito de la investigación a realizar
- Tipos de datos
  - Primarios
    - Se obtienen de modo específico para la investigación
      - Son los más idóneos
    - Pueden
      - Adaptar los propósitos del estudio
        - Tienen un costo superior
  - Secundarios
    - Ventaja
      - Menor costo y tiempo necesario para obtenerlos
    - Inadecuados
      - ~ Unidad de medida utilizada
      - ~ Definición de las clases o categorías
      - ~ Falta de actualización
    - Pueden ser
      - ~ Internos
      - ~ Externos
      - ~ Públicas
      - ~ Privadas

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Encuestas
  - Medio fundamental para obtener información en investigación comercial
  - Tipos
    - Forma personal
      - Ventaja
        - ~ Más flexible y fiable
        - ~ Proporciona la mayor tasa de respuestas
        - ~ Rápida en su ejecución
      - Desventaja
        - ~ Costo elevado
        - ~ Organización de sesgos por influencias del entrevistador
    - Por correo
      - Ventaja
        - ~ Costo reducido
      - Desventaja
        - ~ Baja tasa de respuestas
        - ~ Exige brevedad y explicación completa y detallada
        - ~ No da la garantía de que la persona que contesta se la correcta
    - Por teléfono
      - Ventaja
        - ~ Es rápida
        - ~ Comunicación directa
        - ~ Relativamente barata
      - Desventaja
        - ~ No permite cuestionarios extensos
        - ~ No presenta imágenes
    - Vía internet
- Cuestionario
  - Debe ser lo más breve posible
    - No puede establecerse una longitud concreta
      - Varía en función del interés que el tema de investigación tenga
  - Requisitos de diseño
    - Definir correctamente el problema a investigar
    - Formular de forma precisa las hipótesis
    - Especificar adecuadamente las variables y escalas de medida