



Nombre De Alumno: Maximiliano Carpio  
Aguilar

Nombre Del Trabajo: cuadro sinoptico

Licenciatura: Turismo

Materia: investigación de mercados

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez, Chiapas a 28 de julio de 2020

# Diseño, tamaño y selección de la muestra

## Métodos de muestreo

La muestra puede ser seleccionada por procedimientos aleatorios o no aleatorios. En el primer caso, se tratará de un muestreo probabilístico, mientras que en el segundo, será un muestreo no probabilístico

Existen cuatro procedimientos básicos para realizar un muestreo probabilístico: simple, sistemático, estratificado y por conglomerados o áreas.

Una muestra es un conjunto de elementos de una población o universo del que se quiere obtener información.

En el muestreo aleatorio simple todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos.

El muestreo sistemático consiste, en primer lugar, en dividir el número total de elementos de la población por el de la muestra, para determinar cuántos elementos de la población hay que elegir uno para componer la muestra.

El muestreo estratificado es aplicable cuando la población puede dividirse en clases o estratos (por ejemplo: género, edad, nivel socioeconómico, estudios, tamaño de la vivienda, etc.).

En el muestreo por conglomerados o áreas lo que se elige al azar no son unos cuantos elementos de la población, sino unos grupos de elementos de la misma previamente formados, de los que se irán obteniendo al azar otros grupos de elementos,

El proceso de muestreo supone llevar a cabo las siguientes etapas

— Definir la población objeto de estudio

— Seleccionar la estructura de la muestra (listas, directorios, etc.).

— Especificar la unidad muestral. — Seleccionar el método de muestreo (probabilístico o no probabilístico).

— Determinar el tamaño de la muestra. — Diseñar el plan de muestreo y, por último, seleccionar la muestra.

## Tamaño de la muestra

La determinación del tamaño de la muestra está en función del presupuesto y tiempo disponible, así como del error que se admita en los datos obtenidos. Este error que se comete al tomar una muestra en lugar de la totalidad de la población se denomina error de muestreo y es fácilmente cuantificable cuando el muestreo es probabilístico

## Recolección de datos

Una vez seleccionada la muestra, la fase siguiente del proceso de investigación comercial es la recolección efectiva de los datos, o trabajo de campo propiamente dicho. Los datos se recogen por el procedimiento correspondiente al tipo de encuesta realizada, es decir, mediante entrevista personal, por correo, teléfono, Internet,