



Nombre de la alumna: Arely Gerónimo Díaz

Nombre del profesor: Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga

Nombre Del trabajo: Cuadro sinóptico del tema
“Obtención de la información”

Materia: Investigación de mercados

Grado: 6to cuatrimestre

Grupo: Administración de empresas semiescolarizado “D”

Frontera Comalapa, Chiapas a 20 de junio del 2020.

OBTENCION DE LA INFORMACION

➤ FUENTES DE INFORMACIÓN

- Datos primarios

{ Son aquellos que se obtienen de modo específico para la investigación a efectuar.

- Datos secundarios

{ Tienen como ventaja su menor costo y tiempo necesario para obtenerlos.

- Fuentes publicas

{ - Sistema Integral de Información Geográfica y Estadística y

- Los Censos Económicos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)

- Fuentes privadas

{ - Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado.

- Opinión Pública (AMAI)

➤ LA ENCUESTA

{ Constituye un medio fundamental para obtener información en investigación comercial y Se puede realizar a través de distintos métodos.

- De forma personal

- Por correo

- Por teléfono

- A través de Internet

- Por correo electrónico.

➤ EL CUESTIONARIO

{ Para un diseño apropiado del cuestionario es fundamental cumplir los tres requisitos.

- Definir correctamente el problema a investigar.

- Formular de forma precisa las hipótesis.

- Especificar adecuadamente las variables y las escalas de medida.

➤ DISEÑO, TAMAÑO Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA

{ Una muestra es un conjunto de elementos de una población o universo del que se quiere obtener información llevando a cabo seis 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.

➤ MÉTODOS DE MUESTREO

- Aleatorios

{ Muestreo probabilístico

- No Aleatorios

{ Muestreo no probabilístico

{ Todos los elementos de la población tienen igual oportunidad de ser seleccionados para componer la muestra.

{ La selección de los elementos de la muestra se realiza, total o en parte, según criterios fijados por el investigador

➤ TAMAÑO DE LA MUESTRA

{ Los datos se recogen por el procedimiento correspondiente al tipo de encuesta realizada.

{ - Implica la supervisión del proceso de obtención de los datos. y controlarse dos tipos de errores posibles

➤ RECOLECCIÓN DE DATOS

{ Los datos se recogen por el procedimiento correspondiente al tipo de encuesta realizada

{ - Implica la supervisión del proceso de obtención de los datos.

{ - En especial, deben controlarse los tipos de errores posibles.

OBTENCION DE LA INFORMACION

➤ **ANALISIS DE LA INFORMACION**

Es La aplicación de técnicas estadísticas de análisis de datos, en particular las más sofisticadas, ha tenido un crecimiento considerable en la investigación comercial.

- Univariabes
- Bivariabes
- Multivariabes,

➤ **TECNICAS DE ANÁLISIS UNI Y BIVARIABLE**

- univariable

Incluye medidas de una sola variable.

- Distribución de frecuencias (tabulaciones simples).
- Promedios (media, mediana y moda).
- Medidas de dispersión (varianza y desviación estándar).
- Medidas de asimetría y de curtosis.
- Pruebas estadísticas: No paramétricas (datos medidos con escalas nominales u ordinales): prueba ji-cuadrada, Mann-Whitney, Wilcoxon.
- Paramétricas (datos medidos con escalas interválicas o proporcionales)

- bivariable

Técnicas que miden la relación o asociación entre dos variables.

- Tablas y coeficiente de contingencia.
- Correlación entre rangos de Spearman.
- Análisis de la varianza y covarianza.
- Análisis de regresión simple.

➤ **TECNICAS DE ANALISIS MULTIVARIA**

Estudian la relación entre más de dos variables.

- Según analicen relaciones de dependencia

- La edad
- Género
- Nivel de estudios del individuo

- Según analicen relaciones de dependencia

- Formato
- Tipografía
- Ideología
- Contenido informativo

➤ **INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS Y PRESENTACIÓN DE LAS CONCLUSIONES**

La última fase del proceso de investigación la constituye la interpretación de los resultados obtenidos.

- Confirmarán o refutarán las hipótesis planteadas.
- Permitirán llegar a unas conclusiones determinadas.
- Podrán poner de manifiesto la necesidad de investigaciones posteriores.