UDS
UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Crea tu mejor historia
EMPRENDAMOS JUNTOS

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
Cuadro Sinóptico "Unidad IV"

Presenta la alumna:
Mayra Lizbeth Pérez Pérez

Cuatrimestre, grupo,
6to cuatrimestre "D"

Carrera y modalidad:
Lic. Administración de empresas, Semiescolarizado

Frontera Comalapa, Chiapas
20 de Junio del 2020.

Obtención de la información

Fuentes de información

Están distribuidos en unidades de producción localizadas en varias partes del mundo.

La encuesta

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas.

Recolección de datos

Los datos se recogen por el procedimiento correspondiente al tipo de encuesta realizada, es decir, mediante entrevista personal, por correo, teléfono, Internet, etc.

El cuestionario

Un cuestionario de investigación de mercado es uno de los métodos de recolección de datos más utilizados ya que permite obtener información general sobre las características, el comportamiento y las expectativas del objetivo y, si es posible, validar determinadas hipótesis.

Análisis de la información

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

Técnicas de análisis

- Distribución de frecuencias
- Promedios.
- Medidas de dispersión.
- Medidas de asimetría y de curtosis.
- Pruebas estadísticas:
- Paramétricas

Métodos de muestreo

Se tratará de un muestreo probabilístico, mientras que en el segundo, será un muestreo no probabilístico.

Tamaño de 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.