

Cuadro sinoptico

Investigación de mercados
Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga

PRESENTA EL ALUMNO:

Eduardo de la Cruz Gerónimo

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

**6to cuatrimestre “D” licenciatura en
administración de empresa**

Frontera Comalapa, Chiapas

20 de junio del 2020.

Obtención de la información

Fuentes de información

- Si los datos ya están disponibles, es decir, existen estadísticas o datos obtenidos en estudios anteriores que sirven para el propósito de la investigación a realizar, se trata entonces de datos secundarios.
- Datos primarios, en cambio, son aquellos que se obtienen de modo específico para la investigación a efectuar.
- El propósito, por tanto, y no la naturaleza de los datos, es lo que los define como primarios o secundarios.

La encuesta

- La encuesta constituye un medio fundamental para obtener información en investigación comercial.
- Hay varios métodos de llevar a cabo una encuesta
 - De forma personal, por correo, por teléfono, a través de Internet y del correo electrónico
 - Cada uno de estos métodos tiene sus ventajas e inconvenientes

El cuestionario

- El cuestionario debe ser lo más breve posible, pero no puede establecerse una longitud concreta; varía en función del interés que el tema de la investigación tenga para el encuestado
- Al redactar las preguntas hay que tener especial cuidado con el orden en que se incluyen en el cuestionario, puesto que la mayor o menor dificultad o agrado de las primeras preguntas puede influir en la tasa y calidad de las respuestas

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
- A efectos de que la información obtenida de una muestra sea válida, ésta debe ser representativa de la población; es decir, que en su estructura se reproduzcan exactamente las características y comportamientos de la población de la que ha sido obtenida

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
- En un muestreo probabilístico todos los elementos de la población tienen igual oportunidad de ser seleccionados para componer la muestra