

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