



Crea tu mejor historia
EMPRENDAMOS JUNTOS

CUADRO SINOPTICO
INVESTIGACION DE MERCADO
LEPE ARRIAGA ICEL BERNARDO

PRESENTA EL ALUMNO:

YOSUANY SANTIZO RAMIREZ

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6 CUATRIMESTRE "D"

FRONTERA COMALAPA CHIAPAS

20 DE JUNIO DE 2020

Obtención de la información

Fuentes de información

Si los datos ya están disponibles, es decir, existen estadísticas o datos obtenidos

Se utilizan los siguientes

- datos primarios
- datos secundarios

La encuesta

constituye un medio fundamental para obtener información en investigación comercial.

Hay varios métodos de llevar a cabo una encuesta

Encuesta

Personal, correo, teléfono, Internet y correo electrónico

El cuestionario

debe ser lo más breve posible, pero no puede establecerse una longitud concreta;

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

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.

El proceso de muestreo supone llevar a cabo las siguientes

— Definir la población — Seleccionar la estructura de la muestra — Especificar la unidad muestral. — Seleccionar el método de muestreo. — Determinar el tamaño de la muestra. — Diseñar el plan de muestreo, seleccionar la muestra

Métodos de muestreo

La muestra puede ser seleccionada por procedimientos aleatorios o no aleatorios.

Métodos de muestreo

- muestreo probabilístico
- muestreo no probabilístico

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

