

**INVESTIGACION DEL MERCADO
“OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN”**

LIC. ICEL BERNARDO LEPE

PRESENTA LA ALUMNA:

Adriana Monjaras Pérez

GRUPO, SEMESTRE Y MODALIDAD

**6º cuatrimestre (D) Administración
De Empresas, Semiescolarizado**

**Frontera Comalapa chis.
20 DE JUNIO DEL 2020**

OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

En toda investigación es necesario llevar a cabo la recolección de datos, de esta manera este es un paso fundamental para tener éxito en nuestros resultados

Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información.

El llevar adecuadamente la recolección de datos y la escogencia del método de recolección de datos es una tarea que todo investigador debe conocer y debe tener mucha práctica en ella.

La encuesta

Este método consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, actitudes o sugerencias. Hay dos maneras de obtener información con este método.

Cuestionario

Es el método que utiliza un instrumento o formulario impreso, destinado a obtener repuestas sobre el problema en estudio y que el investido o consultado llena por sí mismo

Diseño, tamaño y selección de la muestra

El diseño de la muestra es la fase de un proyecto de generación de estadística básica donde se define el esquema de muestreo a utilizar

Métodos de muestreo

Los métodos de muestreo pueden ser de conveniencia, opinático, aleatorio simple, sistemático, estratificado, de conglomerado y combinado

Tamaño de la muestra

El definir el tamaño de la muestra antes de comenzar una investigación es un principio estadístico que nos ayuda a evitar el sesgo en la interpretación de los resultados obtenidos.

Recolección de datos

se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información

Recolección de datos

Decodificación de datos contenidos en un documento, es ejecutado por un especialista en relación con las operaciones del procesamiento de la información para facilitar la recuperación y acceso a la misma

1 Técnicas de análisis uní y bivariable

El análisis univariable incluye medidas de una sola variable

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

En general, incluye las técnicas que miden la relación o asociación entre dos a tres variables.

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

Técnicas de análisis multivariable

Permite un mejor acercamiento a la realidad de los fenómenos comerciales. Los problemas comerciales son complejos y no se limitan a un número reducido de dimensiones, sino, al contrario, son multidimensionales y su estudio precisa de herramientas adecuadas que no supongan una simplificación de la realidad

Interpretación de los resultados y presentación de las conclusiones

Juicios e inferencias que hacemos a partir de los datos obtenidos
Descripción de los resultados, Relación de datos e inferencias lógicas

Proceso a través del cual ordenamos, clasificamos y presentamos los **resultados** de la investigación en cuadros estadísticos, en graficas elaboradas y sistematizadas a base de técnicas estadísticas con el propósito de hacerlos comprensibles

