Nombre Del Alumno(a): Kimberly Gálvez Barrios

Nombre Del Profesor: icel Bernardo Lepe Arriaga

Nombre Del Trabajo: mapa conceptual unidad 4

Materia: investigación de mercado

Grado: 6° cuatrimestre

Frontera Comalapa, Chiapas a 10 de junio del 2021

Obtención de la información

Fuentes de información

Si los datos ya están disponibles es decir que 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
  - son aquellos que se obtienen de modo específico para la investigación a efectuar.
- Datos secundarios
  - tienen como ventaja su menor costo y tiempo necesario para obtenerlos.

La encuesta

métodos

de forma personal, porcorreo, por teléfono, a través de Internet y del correo electrónico.

El cuestionario

es fundamental cumplir los tres requisitos

1. Definir correctamente el problema a investigar.
2. Formular de forma precisa las hipótesis.
3. Especificar adecuadamente las variables y las escalas de medida.

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

Métodos de muestreo

puede ser seleccionada por procedimientos aleatorios o no alea- torios

En el primer caso, se tratará de un muestreo probabilístico

en el segundo, será un muestreo no probabilístico.

todos los elementos de la población tienen igual oportunidad de ser seleccionados para componer la muestra

Tipos de muestreo

- muestreo aleatorio simple
  - todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos.
- muestreo sistemático
  - consiste, en primer lugar, en dividir el número total de elementos de la población por el de la muestra, para determinar cada cuan- tos elementos de la población hay que elegir uno para componer la muestra
- muestreo estratificado
  - es aplicable cuando la población puede dividirse en clases o estratos (por ejemplo: género, edad, nivel socioeconómico, estudios, tamaño de la vivienda, etc.).
- muestreo de conveniencia
  - consiste en elegir aquellos elementos que mejor se adaptan a las conveniencias del investigador.
- muestreo discrecional
  - los elementos son elegidos a criterio del investigador sobre la base de lo que él cree que el elemento seleccionado puede con- tribuir al estudio.
- muestreo por cuotas
  - La muestra se selecciona de manera que sus características (de género, edad, lugar de residencia, ingresos, etc.) se ajusten a las establecidas como de control.

Tamaño de la muestra

en función del presupuesto y tiempo disponible, así como del error que se admita en los datos obtenidos.

Este error que se comete al tomar una muestra en lugar de la totalidad de la población se denomina error de muestreo y es fácilmente cuantificable cuando el muestreo es probabilístico.

Recolección de datos

Una vez seleccionada la muestra, la fase siguiente del proceso de investigación comercial es la recolección efectiva de los datos, o trabajo de campo pro- piamente dicho

Esta fase

implica la supervisión del proceso de obtención de los dato

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, especialmente desde el abaratamiento de los medios electrónicos de cálculo y el desarrollo de paquetes de programas estadísticos.

Tecnicas de análisis uni y bivariable

El análisis univariable incluye medidas de una sola variable

Técnicas de análisis multivariable

permite un mejor acercamiento a la realidad de los fenómenos comerciales

estudia la relación entre más de dos variables

análisis multivariable permite estudiar la medida o intensidad con que se da tal dependencia entre las variables y determinar una relación funcional.

Interpretación de los resultados y presentación de las conclusiones

constituye la interpretación de los resultados obtenidos, tanto a partir de las tabulaciones como de las técnicas de análisismultivariable utilizadas.

Estos resultados confirmarán o refutarán las hipótesis planteadas, permitirán llegar a unas conclusiones determinadas y podrán poner de manifiesto la necesidad de investigaciones posteriores.