

INVESTIGACION DE MERCADOS

Herramientas para la recopilacion de informacion

Determinacion de la muestra

Definicion

¿Que son?

Se puede decir que son las tecnicas que emplea el investigador para recopilar informacion relevante que sera de gran ayuda para la tarea de la investigacion de mercados

Guia de entrevistas

Funcion

Su principal funcion, es la de recaudar informacion de fuentes directas y fiables, pertenece a la investigacion cualitativa, es una tecnica no estructurada y directa que facilita la obtencion de informacion

Tipos

- \*Entrevista libre o no dirigida
- \*Entrevista semiestructurada

Entrevista personal en profundidad

Son entrevistas que tienen como objetivo obtener datos mas precisos, reales y relevantes, ya que permite entablar una comunicacion mas profunda con el entrevistado

Tipos

- \*Escalada
- \*Tema oculto
- \*Analisis simbolico
- \*Entrevista biografica
- Por su nivel estructural
  - \*Informal
  - \*Focalizada
  - \*Con guia

Guia de experimentacion

Definicion

Esta consiste en el tipo de investigacion donde variables independientes se manipulan para saber cual sera su efecto sobre otras variables

Variables

- \*Independientes: Son aquellas que se pueden manipular para conocer sus efectos sobre otras variables.
- \*Dependientes: Son las medidas tomadas de las unidades de prueba

Formas de hacer experimentos

- \*Experimento de laboratorio: Se diseña una situacion con reglas precisas mientras se manipulan las variables
- \*Experimento de campo: Se enfrenta a una situacion real mientras se manipulan las variables mientras se esta sujeto a los cambios del entorno

Componentes basicos del experimento

- \*Manipulacion de la variable independiente
- \*Selección y medición de la variable dependiente
- \*Selección y asignación de los sujetos
- \*Control de las variables extrínsecas

Guia de observacion

Definicion

Consiste en observar fenomenos, situaciones, hechos, casos u objetos con el fin de analizarlos y obtener la informacion necesaria para una investigacion

Ventajas

Permite obtener informacion reciente al observar los fenomenos en tiempo y forma

Desventajas

No determina que causa llevo al consumidor a tomar una decision

Cuestionario de encuestas

Definicion

Buscan obtener informacion mediante preguntas plasmadas para saber la opinion del consumidor

Tipos

- \*Estructurados: Respuestas predeterminadas
- \*No estructurados: Preguntas abiertas

Formas

- \*Encubiertos: El entrevistado desconoce el objeto de la entrevista
- \*Descubiertos: El entrevistado conoce el objeto del estudio

Componentes

- \*Datos de identificacion
- \*Solicitud de cooperacion
- \*Instrucciones
- \*Informacion solicitada
- \*Datos de clasificacion

Pasos para el diseño

- \*Objetivos de la investigacion
- \*Definir que se va a preguntar

Formato de concentracion

Contexto

No existe un formato definido para organizar la informacion, dependera de los requerimientos de la investigacion y de los objetivos planteados

Prueba piloto

Definicion

Consiste en aplicar un cuestionario a un grupo pequeño de personas para detectar errores y aplicar mejoras

Funcion

Funciona como un borrador y puede ayudar a evitar que el cuestionario real presente fallas

Calculo de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se toman en cuenta varios aspectos

Factores

- \*Parametro
- \*Error muestral
- \*Nivel de confianza

Recomendaciones para la seleccion

Es necesario que el investigador cree un metodo que le permita identificar y seleccionar a los participantes del muestreo

Factores que ayudan a determinar el plan muestral

- \*Poblacion
- \*Tamaño muestral
- \*Metodo muestral

Tipos y características

\*Muestreo probabilistico: La muestra se selecciona a través de procesos aleatorios, todos los participantes tienen la misma probabilidad de ser elegidos

Tipos de muestreo probabilistico

- \*Simple
- \*Sistemático
- \*Estratificado
- \*Por conglomerados
- \*Muestreo en varias etapas

\*Muestreo no probabilistico: Las muestras son elegidas de manera específica, no aleatoria

Otros tipos

- \*Muestreo por cuotas
- \*Muestreo aleatorio simple
- \*Muestreo aleatorio sistemático
- \*Muestreo por conglomerados

Nos referimos a muestra, cuando hablamos de la parte representativa que escogemos para realizar un caso de investigacion, el muestreo es el proceso de seleccion de la muestra