



Nombre del alumno: DIANA LAURA ÁLVAREZ CAPETILLO

Nombre del profesor: D. ED. JOSÉ MANUEL
ORTIZ SÁNCHEZ

Nombre del trabajo: CUADRO SINÓPTICO; UNIDAD V-VI

Materia: INVESTIGACION DE MERCADOS

Grado: 3° Cuatrimestre

PASIÓN POR EDUCAR

Grupo: MAD01SSC1020-A

Comitán de Domínguez Chiapas a 20 de mayo de 2021

Análisis de la información



Análisis univariado

Se realiza

A través de medidas de tendencia central

- La media o promedio
- La mediana
- La moda

El AU consiste

en el análisis de cada una de las variables estudiadas por separado, es decir, el análisis está basado en una sola variable

Técnicas

- ✓ la distribución de frecuencias para una tabla univariada y
- ✓ el análisis de las medidas de tendencia central de la variable.

se implementa

cuando empleamos la estadística descriptiva para mostrar el comportamiento de la variable

tipos

- ✓ Análisis univariado cuantitativo: Los datos recolectados cuantifican un elemento de la población o muestra.
- ✓ Análisis univariado cualitativo: Consisten básicamente en una tabulación de las frecuencias y su representación gráfica mediante un diagrama de sectores o de barras.

objetivo

analizar los hallazgos de la investigación y sus implicaciones

función

reconocer las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que afronta la empresa

se enfoca en

dar respuesta al problema principal.

tipos

Análisis bivariado

Finalidad

es la investigación de la relación entre dos conjuntos de datos, como pares de observaciones tomadas de una misma muestra o individuo.

Estructura

tablas con tabulaciones cruzadas, es decir, las categorías de una variable se cruzan con las categorías de una segunda variable

El análisis de datos bivariado es una forma evolucionada de análisis estadístico

Familia de estadísticos

Involucra una familia de estadísticos cuya pertinencia está condicionada por el nivel de medición de las variables involucradas

Paramétricos

Agrupar el caso de las variables con nivel de medición de intervalo o superior, distribución normal bivariada y $n \geq 30$.

No Paramétricos

Son el resto de las pruebas de correlación que no cumplen con los supuestos de las pruebas paramétricas

Proceso-realización

Paso 1: observar la naturaleza de la posible relación de las variables.

Paso 2: identificar los niveles de medición de los datos y con ello definimos si se tratan de valores nominales, ordinales o de ratios.

Paso 3: El análisis bivariado y multivariado va de la mano con el rigor de la "significancia estadística" y con ello tomar por sentado que los resultados que obtenemos serán los mismos que con otra muestra o estudio similar y no se deben a la mera casualidad.

Paso 4: Si conocemos las variables y sus niveles de medición, prosigue el rigor estadístico para determinar si existe relación o no entre las variables

Análisis multivariado

¿Qué es?

técnica de investigación, agrupa varios métodos estadísticos

objetivo

analizar simultáneamente conjuntos, en el sentido de que hay múltiples variables que intervienen o determinan el resultado de una investigación de mercados.

características

- Hay múltiples variables que intervienen o determinan el resultado de una investigación
- Tienen más de dos variable dependiente e independiente
- Utilizados cuando se requiere examinar la relación entre múltiples factores a mismo tiempo.

Herramientas estadísticas utilizadas

Análisis de varianza (ANOVA)

El análisis de varianzas múltiples

Análisis de trayectorias

Estudio multifactorial

se ejecuta en

- En áreas como la mercadotecnia
- En las encuestas de investigación de mercado, en investigación de marcas y Branding
- En estudios de mercado internacionales o multigeográficos, e incluso en la investigación de mercados primarios



Redacción de informe final

qué es?

último paso en el proceso de investigación.

documento escrito que tiene el propósito de dar a conocer algo.

hechos y datos obtenidos y elaborados. su análisis e interpretación. indica los procedimientos utilizados. llegando a ciertas conclusiones y recomendaciones

objetivo

comunicar los resultados de una investigación.

Principios y reglas

- } Se redacta para un lector específico
- } Utilizar vocabulario sencilla
- } Estructura lógica y clara
- } Apariencia conveniente y profesional
- } Debe ser objetivo, breve y conciso

Estructura

1- Portada (página de título)

estructura

- indica el tema del informe,
- nombre de la organización que lo solicitó y de la que lo elabora, y fecha

- se enumera a los destinatarios del informe así como a los departamentos o personas que lo elaboran

En el caso de informes

- reviste importancia especial que en la portada se indiquen los nombres de quienes estén autorizados para leerlo.

2- Tabla de contenidos

- ◆ se enumeran, en orden de aparición, las divisiones y subdivisiones del informe, con referencias de páginas

en informes breves

- incluir simplemente los encabezados principales.
- es habitual que en el contenido se enumeren los cuadros y figuras, así como las páginas donde aparecen

por lo general

- el material adjunto se denomina cuadro, tabla o figura, categoría esta última en que se incluyen los mapas, diagramas y gráficos.

3- Resumen

- parte más importante del informe. **Es su núcleo.**
- deben incluirse los puntos culminantes del cuerpo del informe.

- ✓ ahorra tiempo a los ocupados directivos sin sacrificar su comprensión.

- incluye los antecedentes necesarios y los resultados y conclusiones de importancia

Su estructura

- ✓ comienza con una introducción.
- ✓ Las secciones finales del resumen son las conclusiones y recomendaciones

4- Introducción

función

- presentar los antecedentes que necesitan los lectores para apreciar el análisis contenido en el cuerpo del informe

Uso

- ◆ para definir términos inusuales o que se aplican de una manera específica en el informe.

también proporcionan

- información histórica pertinente, que responda a preguntas como las siguientes:
 - ¿Qué estudios similares se han realizado?
 - ¿Cuáles fueron sus resultados?
 - ¿Cuáles circunstancias originaron el presente estudio?
 - ¿Cómo se determinaron su alcance e importancia?

5- Cuerpo del informe

- ◆ contiene los detalles de la investigación sus métodos, resultados y limitaciones?

método

- es describir la naturaleza del diseño de investigación, plan muestra y, procedimientos de recolección y análisis de datos.

resultados

- deben organizarse alrededor de los objetivos de esta y de las necesidades de información.
- se requiere la organización de los datos en un flujo lógico de información a propósito de la toma de decisiones.

Limitaciones

- ◆ el investigador debe evitar el comentar sobre las debilidades menores del estudio.
- ◆ Las limitaciones en un proyecto de investigación de mercados generalmente involucran las inexactitudes del muestreo y la no respuesta, debilidades metodológicas.

6- Conclusiones y recomendaciones

- el redactor muestra el desarrollo de las conclusiones, paso a paso, y las expresa con mayores detalles

- Las recomendaciones del investigador deben estar con mayor razón, basadas en los hallazgos de la investigación.

sugerencia

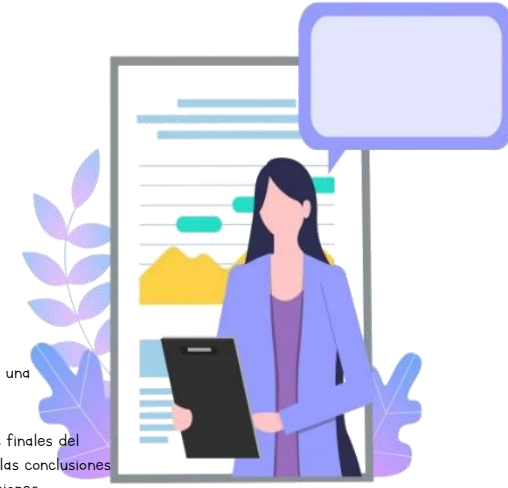
- plantear recomendaciones específicas de acciones apropiadas junto con las razones que las sustentan dadas las evidencias disponibles

7- Apéndice

- proporciona un espacio para el material que no es esencial en el cuerpo del informe.

- Este material es más especializado y complejo

- ✓ Copias de los formatos de recolección de datos.
- ✓ Detalles del plan muestral.
- ✓ Estimados del error estadístico. Instrucciones para el entrevistador.
- ✓ Tablas estadísticas detalladas asociadas con el proceso de análisis de datos.



REFERENCIAS

Antología UDS. UNIDAD V y VI. ANALISIS DE LA INFORMACIÓN. REDACCION DE INFORME FINAL (2021). En J. Ortiz (Comp.), Maestría en Administración, Materia Investigación de Mercados (pp. 06-31). Universidad del Sureste
