



Investigación de mercados

“Análisis de la información”

“Redacción de informe final”

Lic. José Manuel Ortiz Sánchez

Tercer cuatrimestre

Maestría en Administración

Manolo Enrique Rivera Escobar

PASIÓN POR EDUCAR

Investigación de mercados

Análisis de la Información

Definición

Una vez realizada la investigación de mercados, el objetivo es analizar los datos hallados en la investigación, en el análisis podemos encontrar las debilidades, oportunidades fortalezas y las amenazas de las organizaciones, así como permite conocer el entorno donde se va a desempeñar

Existen varias alternativas para analizar los datos obtenidos de la investigación, todas implican uno o varios procedimientos estadísticos para lograr los objetivos

Análisis univariado

Este tipo de análisis es empleado cuando se desea exponer el comportamiento de una variable, de igual manera cuando queremos conocer el efecto de una variable sobre otra variable

Se intenta crear una relación causal entre una variable independiente y un cambio en una dependiente

Análisis bivariado

Su objetivo es el de analizar dos variables al mismo tiempo, para determinar si en ellas existe relación o asociación, las muestras son tomadas de un mismo individuo, prácticamente es una herramienta que se usa para conocer las relaciones de las variables

Pasos para elaborarlo

- *Analizar la naturaleza de la relación de las variables
- *Identificar los niveles de medición de los datos
- *Fusión con la estadística, resultados iguales para corroborar
- *Aplicación de la estadística para determinar si existe relación entre variables

Indicador de Rho Sperman

- *Lógica de asociación entre variables
- *Supuestos teóricos considerados
- *Representación grafica de una relación bivariada

Análisis multivariado

Agrupar varios métodos que tienen como objetivo analizar conjuntos analizando las variables que determinan la investigación de mercados

Su razón de ser es principalmente la de entender mejor el objeto de estudio y obtener información relevante para tomar decisiones

Redacción del informe final

Definición

Es el último paso en el proceso de investigación, es un documento escrito donde se exponen los resultados obtenidos de la investigación de mercados, en base a él se toman decisiones y se llegan a conclusiones

Estructura

No existe un formato para elaborarlos, los datos obtenidos deben plasmarse de manera adecuada, tomando en cuenta especial atención a la persona a la que va dirigida

Contenido

1. Portada (página de título)
2. Tabla de contenidos
3. Resumen a. Introducción b. Resultados c. Conclusiones d. Recomendaciones
4. Introducción
5. Cuerpo del informe

Principios y reglas

Puntos a tomar en cuenta para elaborarlo

- *¿Quiénes lo van a leer?
- *¿Un reporte es fácil de leer?
- *¿Tiene una apariencia conveniente y profesional?
- *¿Puede un reporte ser objetivo?
- *¿Tiene suficientes cuadros y graficas?
- *¿El documento es breve?
- *¿Tiene suficientes tipos de análisis y recomendaciones contundentes?