



**Nombre del alumno:** Mariela Verenice  
Sánchez Santiago.

**Nombre del profesor:** D. Ed. JOSÉ MANUEL  
ORTIZ SÁNCHEZ

**Nombre del trabajo:**

Cuadro sinóptico “Análisis de la información”

PASIÓN POR EDUCAR

**Materia:** Investigación de Mercados.

**Grado:** 3er Cuatrimestre

**Grupo:** A

Ocosingo, Chiapas a 21 de Mayo de 2021.

# ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

## Objetivo

Es analizar los hallazgos de la investigación y sus implicaciones.

En el análisis de los datos se pueden reconocer las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que afronta la empresa

## Análisis

Es la forma más sencilla de analizar datos.

## Univariado

Realizamos un estudio univariado cuando empleamos la estadística descriptiva para mostrar el comportamiento de la variable.

Podemos extender el análisis univariado para examinar los efectos de una variable

Medidas para describir el comportamiento de variables en análisis univariados incluyen:

**Medidas de tendencia central como:**  
Promedio Moda Mediana.

**Medidas de dispersión, tales como:**

Rango Máximo

Mínimo Varianza

Desviación típica Cuartiles, deciles y percentiles.

## Análisis

## Bivariado

Para Sciencing.com el fin básico del análisis bivariado es la investigación de la relación entre dos conjuntos de datos, como pares de observaciones tomadas de una misma muestra o individuo.

Existe una correlación directa entre dos variables cuando un aumento en la "variable control" (independiente) provoca un cambio similar en la "variable resultado" (dependiente).

El análisis de datos bivariado es una forma evolucionada de análisis estadístico en el cual se cuantifica a nivel descriptivo e inferencial el nivel de covarianza entre dos variables y de esta forma se da cuenta de la relación entre dos variables.

## Analisis

## multivariado

Esta técnica de investigación, agrupa varios métodos estadísticos que tienen como objetivo analizar simultáneamente conjuntos, en el sentido de que hay múltiples variables que intervienen o determinan el resultado de una investigación de mercados.

Los investigadores emplean estudios multivariantes cuando requieren examinar la relación entre múltiples factores al mismo tiempo.

Se diferencia claramente de los estudios univariados y bivariados en que plantean más de una variable dependiente y varias independientes.

En mercadeo son diversas las aplicaciones que puede encontrar el análisis multivariado, como es el caso de 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

## Definición

El Informe Final es el último paso en el proceso de investigación.

Es un documento escrito que tiene el propósito de dar a conocer algo: presentando hechos y datos obtenidos y elaborados, su análisis e interpretación, indicando los procedimientos utilizados y llegando a ciertas conclusiones y recomendaciones.

Su objetivo es el de comunicar los resultados de una investigación.

## Estructura

No existe un formato específico que sea adecuado para todas las situaciones.

La forma de organizar el informe afecta a todos los criterios de su redacción.

La buena organización no garantiza que sea claro, conciso, preciso y completo, mientras que la organización

## Principios y Reglas

Para redactar en forma adecuada el reporte, debemos tomar en cuenta lo siguiente:

¿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 gráficas?

¿El documento es breve?

¿Tiene suficientes tipos de análisis y recomendaciones contundentes?