



## **CUADRO SINOPTICO**

**Investigación de Mercados**

**Alejandro de Jesús Sánchez Rosas**

**Universidad del Sureste**

**D. Ed. José Manuel Ortiz Sánchez**



Comitán de Domínguez, Chiapas a 21 de Mayo de 2021

# ADMINISTRACION DE LA CALIDAD

## ANALISIS DE LA INFORMACION

### CONCEPTO

- ✓ Entra en juego la experiencia de los investigadores en diferentes disciplinas.
- ✓ El objetivo es analizar los hallazgos de la investigación y sus implicaciones
- ✓ Se pueden reconocer las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que afronta la empresa
- ✓ Existen varias alternativas para analizar los datos
- ✓ En algunas investigaciones se requiere de un análisis univariante, en otras de análisis multivariantes o de correlación, y también la

### ANALISIS UNIVARIADO

Es la forma más sencilla de analizar datos. Realizamos un estudio univariado cuando empleamos la estadística descriptiva para mostrar el comportamiento de la variable. Algunas 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

### ANALISIS BIVARIADO

- ❑ La línea divisoria entre un estudio univariado y uno bivariado radica en que éste último busca estrictamente analizar dos variables en conjunto, que bien podríamos denotar como "X" y "Y" buscando probar relaciones simples de causalidad o asociación.
- ❑ 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.
- ❑ En estadística una variante específica de los estudios bivariados recibe el nombre de "análisis correlacional" simple, a través del cual se busca demostrar que existe una relación significativa directa o inversa entre dos variables.
- ❑ En economía son muy numerosas las aplicaciones de análisis bivariantes. Así podemos tener estudios de relaciones entre la tasa de interés y la inflación, o la inversión y la tasa de interés.

¿Cómo se hace un análisis bivariado?

Mediante cuatro pasos podremos llevar a cabo un análisis bivariado.

Paso 1: El primer paso es observar la naturaleza de la posible relación de las variables, cómo estas podrían vincularse: podríamos tener correlación directa, de manera que cuando una variable aumenta la otra también lo hará o correlación inversa, cuando un cambio en una variable mueve a la otra en sentido contrario.

Paso 2: Un segundo paso tiene que ver con identificar los niveles de medición de los datos y con ello definimos si se tratan de valores nominales, ordinales o de ratios. Un valor nominal no es numérico y ubica al objeto medible en una categoría, como masculino o femenino. Un dato ordinal ubica a los datos dentro de un rango. También podemos tener ratios cuyo rango de valores incluye un cero absoluto.

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. Para conocer si existe o no una correlación significativa, la medida más comúnmente usada es el coeficiente de correlación de Pearson. Valor que oscila entre -1 y 1,

### ANALISIS MULTIVARIADO

- ❑ Esta técnica de investigación, agrupa varios métodos estadísticos que tienen como objetivo analizar simultáneamente conjuntos, en el sentido de que hay múltiple que intervienen o determinan el resultado de una investigación de mercados.
- ❑ Su razón de ser radica en un mejor entendimiento del objeto de estudio, obteniendo información Relevante para la toma de decisiones, que los métodos estadísticos univariantes (una sola variable) y bivariantes (dos variables) son incapaces de conseguir.
- ❑ Son similares a los univariados, a diferencia que tienen más de dos variables dependiente e independiente.
- ❑ Otra diferencia importante es que en un análisis de múltiples variables no hablamos de "correlación simple" ni de estadísticos descriptivos por sí solos, sino que usamos otras herramientas estadísticas llamadas "multivariantes" tal es el caso de:
  - ✓ Análisis de varianzas (ANOVA)
  - ✓ El análisis de varianzas múltiples
  - ✓ Análisis de trayectorias
  - ✓ Estudio multifactorial

### ESTRUCTURA

- ❖ 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.
- 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 deficiente impide que lo sea
- No hay una forma única de organización aceptable de un informe.
- El formato siguiente tiene flexibilidad suficiente para incluir o excluir elementos a modo de satisfacer necesidades específicas:
  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 a. Métodos b. Resultados c. Limitaciones
  6. Conclusiones y recomendaciones
  7. Apéndice
    - a. Copias de los formularios de recopilación de datos
    - b. Cálculos detallados que sustentan el tamaño de la muestra, pruebas estadísticas, etcétera

## REDACCION DE INFORME FINAL

### PRINCIPIOS Y REGLA

- Para redactar en forma adecuada el reporte, debemos tomar en cuenta lo siguiente:
1. ¿Quiénes lo van a leer? Un reporte debe redactarse para un lector específico. Casi siempre nuestros clientes son los gerentes de marketing.
  2. ¿Un reporte es fácil de leer? Es necesario que el reporte esté estructurado de una manera lógica y redactado con claridad. El material —sobre todo el texto principal del informe— requiere estar organizado de manera que el lector pueda ver y entender con facilidad las conexiones y enlaces inherentes.
  3. ¿Tiene una apariencia conveniente y profesional? Un reporte estructurado con seriedad, que contenga todo el material escrito y gráfico de apoyo, infunde confianza entre quienes lo revisan.
  4. ¿Puede un reporte ser objetivo? La objetividad es una característica que debe prevalecer en toda la investigación y, por lo tanto, darse en el reporte. En ocasiones sucede que el investigador no puede dejar de hacer el documento sin su muy personal forma de ver los hallazgos
  5. ¿Tiene suficientes cuadros y gráficas? Hay muchas herramientas que nos ayudan a reforzar la información clave en el texto con cuadros, gráficas, fotografías, mapas y otros dispositivos visuales. Este material puede facilitar mucho la comunicación y dar claridad y efecto al reporte.
  6. ¿El documento es breve? Un reporte ha de ser breve y conciso, aunque no debe sacrificarse la información completa en aras de la brevedad. Las personas que lean el reporte nos agradecerán que les facilitemos el trabajo.
  7. ¿Tiene suficientes tipos de análisis y recomendaciones contundentes? No debemos dar por obvios los análisis, ni mucho menos las recomendaciones que el cliente con seguridad está esperando.