



Nombre del alumno: Alejandra Mercedes Bastard Mazariego

Nombre del profesor: D. Ed. José Manuel Ortiz Sánchez

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico
Unidad 5 y 6

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Investigación de Mercados

Grado: 3er Cuatrimestre

Grupo: MAD01SSC1020-A

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

El objetivo es analizar los hallazgos de la investigación y sus implicaciones. Se debe centrar en dar respuesta al problema principal. Existen varias alternativas para analizar los datos:



Análisis univariado

Es la forma más sencilla para analizar datos. Se hace énfasis en una variable a la vez.

- Características**
 - Se emplea la estadística descriptiva para mostrar el comportamiento de la variable.
 - Utilizado para examinar los efectos de una variable independiente sobre una única variable dependiente.
 - Hay una relación causal entre una V.I. y un cambio en la V.D.
- Medidas**

Útiles para describir el comportamiento de variables.

 - Medidas de tendencia central
 - ✓ Promedio
 - ✓ Moda
 - ✓ Mediana
 - Medidas de dispersión
 - ✓ Rango
 - ✓ Máximo
 - ✓ Mínimo
 - ✓ Varianza
 - ✓ Desviación típica
 - ✓ Cuartiles, deciles y percentiles.
- 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.

Análisis bivariado

Los estudios bivariados miden la relación entre dos variables (bi significa dos).

- Objetivo**

El fin básico es la investigación de la relación entre dos conjuntos de datos, como pares de observaciones tomadas de una misma muestra o individuo.
- Características**
 - Permite conocer si las variables "X" y "Y" están vinculadas.
 - 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.
 - La cuantificación de la covarianza tiene como objetivo fundamental definir la magnitud y el sentido de la relación entre las variables.
- Familia de estadísticos**
 - Involucra una familia de estadísticos cuya pertinencia está condicionada por el nivel de medición de las variables involucradas.
 - Paramétricos
 - Agrupan el caso de las variables con nivel de medición de intervalo o superior, distribución normal bivariada y $n > 30$.
 - No paramétricos
 - Son el resto de las pruebas de correlación que no cumplen con los supuestos de las pruebas paramétricas.
- Pasos para su realización**
 1. Observar la naturaleza de la posible relación de las variables.
 2. Identificar los niveles de medición de los datos y definir si se trata de valores nominales, ordinales o de ratios.
 3. Tomar en cuenta la significancia estadística.
 4. Determinar si existe relación o no entre las variables. Aplicar el coeficiente de correlación de Pearson.

La representación gráfica de las correlaciones, se realiza incorporando la noción de punto, esquematizado en un plano cartesiano.

Análisis multivariado

El análisis multivariante se refiere a aquellas técnicas estadísticas que permiten estudiar más de una respuesta de interés.

- Objetivo**

Mejor entendimiento del objeto de estudio, obteniendo información relevante para la toma de decisiones, imposible obtener con los otros análisis.
- Características**
 - Hay múltiples variables que intervienen o determinan el resultado de una investigación.
 - Tienen más de dos variables dependiente e independiente.
 - Utilizados cuando se requiere examinar la relación entre múltiples factores al mismo tiempo.
- Herramientas estadísticas utilizadas**

A diferencia de los otros análisis aquí se requieren herramientas llamadas "multivariantes".

 - Análisis de varianza (ANOVA)
 - El análisis de varianzas múltiples
 - Análisis de trayectorias
 - Estudio multifactorial
 - Los análisis de regresión múltiple
- Aplicaciones**
 - 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

Es el último paso en el proceso de investigación. Es un documento escrito que presenta hechos y datos obtenidos y elaborados, su análisis e interpretación, indicando los procedimientos utilizados y llegando a ciertas conclusiones y recomendaciones.

Objetivo

Comunicar los resultados de una investigación.

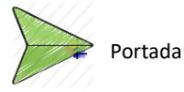
Estructura

No existe un formato específico. El escritor debe guiarse por la naturaleza y necesidades del lector en la selección del formato más apropiado.

Principios y reglas a seguir

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

Algunos elementos que puede incluir son



Portada

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

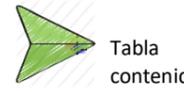
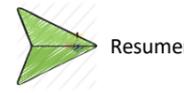


Tabla contenidos

de

Se enumeran, en orden de aparición, las divisiones y subdivisiones del informe, con referencias de páginas.

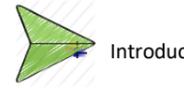
Se puede incluir tabla de contenidos de cuadros, tablas y figuras (incluye diagramas, y gráficos).



Resumen

El resumen es la parte más importante del informe. Es su núcleo y deben incluirse los puntos culminantes del cuerpo del informe. Incluye:

- Introducción { Debe proporcionar los antecedentes necesarios, señalar el propósito, los problemas y objetivos de la investigación.
- Resultados { Aquí sólo se presentan los resultados clave del estudio.
- Conclusiones { Es una opinión basada en los resultados.
- Recomendaciones { Es una sugerencia sobre acciones futuras.



Introducción

En la introducción formal al informe se consideran sus estudios y experiencia.

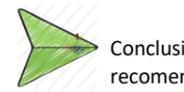
- Presenta antecedentes.
- Sirve para definir términos.
- Proporciona información histórica.
- Se deben mencionar los objetivos específicos, los problemas e hipótesis.



Cuerpo del informe

Es la parte central del informe, incluye:

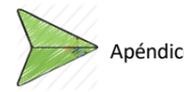
- Métodos { Debe presentar información suficiente del diseño de la investigación, métodos de recopilación de datos, procedimientos de muestreo y técnicas de análisis usados.
- Resultados { Detalla qué se descubrió con la investigación, frecuentemente con cuadros (tablas) y figuras de apoyo. Constituye gran parte del informe.
- Limitaciones { El redactor del informe debe proporcionar las limitaciones apropiadas a los lectores, en vez de dejar que descubran las debilidades por su propia cuenta.



Conclusiones y recomendaciones

Los resultados llevan a conclusiones y recomendaciones.

- Las conclusiones se presentan con mayor detalle.
- Debe haber una conclusión sobre cada objetivo o problema de investigación.
- Las recomendaciones del investigador deben seguir a las conclusiones.
- Se debe plantear recomendaciones específicas de acciones apropiadas junto con las razones que las sustentan dadas las evidencias disponibles.



Apéndice

Contiene material complejo, detallado o especializado para el texto, o que no es del todo necesario.

- Incluye:
- Copias de los formularios de recopilación de datos.
 - Cálculos detallados que sustentan el tamaño de la muestra, pruebas estadísticas, etc.
 - Tablas o cuadros no incluidos en el cuerpo del informe.
 - Bibliografía

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.