



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.

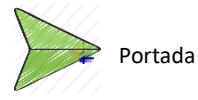
Estructura

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.

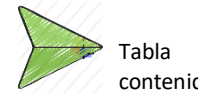
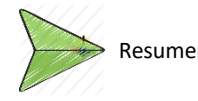


Tabla contenidos

de

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

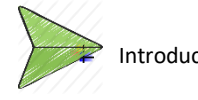
Se puede incluir tabla de contenidos de cuadros, tablas y figuras (incluye diagramas, y gráficos).



Resumen

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

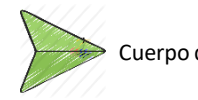
- Introducción { Debe proporcionar los antecedentes necesarios, señalar el propósito, los problemas y objetivos de la investigación.
- Resultados { Aquí sólo se presentan los resultados clave del estudio.
- Conclusiones { Es una opinión basada en los resultados.
- Recomendaciones { Es una sugerencia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



Introducción

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

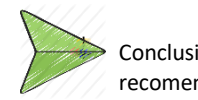
- Presenta antecedentes.
- Sirve para definir términos.
- Proporciona información histórica.
- Se deben mencionar los objetivos específicos, los problemas e hipótesis.



Cuerpo del informe

Es la parte central del informe, incluye:

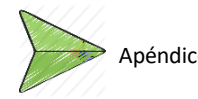
- Métodos { Debe presentar información suficiente del diseño de la investigación, métodos de recopilación de datos, procedimientos de muestreo y técnicas de análisis usados.
- Resultados { Detalla qué se descubrió con la investigación, frecuentemente con cuadros (tablas) y figuras de apoyo. Constituye 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.