



Mi Universidad

MAPA CONCEPTUAL

Nombre del Alumno: Briseyda Agapita Aguilar Gómez

Nombre del tema: Mapa conceptual Unidad III y IV

Nombre de la Materia: Investigación de mercados

Nombre de la Maestría: Administración

Cuatrimestre 3er

UNIDAD III. Herramientas para recopilar información

3.1 Guía de entrevistas

Las entrevistas son una herramienta principalmente para la recolección de datos cualitativos y son populares como instrumentos para recopilar información debido a su flexibilidad.

Al planificar y considerar una entrevista, se tienen en cuenta los siguientes factores:

- Exhaustividad
- Tacto
- Precisión
- Exactitud
- Confidencialidad

Tipos de entrevista:

- Individuales, de intercambio verbal cara a cara
- Entrevistas grupal cara a cara (grupos de discusión)
- Encuestas telefónicas

Las entrevistas pueden ser:

- Realizadas de una sola vez
- Realizadas como sesiones múltiples y más largas
- Entrevistas estructuradas, semiestructuradas, no estructuradas

3.2 Guía de experimentación

Es aquella investigación en la cual una o más variables independientes se manipulan o controlan de manera consciente y se mide su efecto sobre una variable o más variables dependientes.

Se usan por lo regular dos formas de hacer experimentación:

- Experimento de campo
- Experimento de laboratorio

Los componentes básicos de un experimento son:

- Manipulación de la variable independiente.
- Selección y medición de la variable dependiente
- Selección y asignación de los sujetos.
- Control de las variables extrínsecas

Existen diferentes instrumentos para recopilar información que se utilizan según el propósito. El diseño adecuado de estos instrumentos es esencial para llegar a conclusiones fiables y válidas.

3.3 Guía de observación

Consiste en observar a los individuos en su entorno natural o en una situación que se produce de forma natural.

Los observadores pueden recolectar datos a través de:

- Notas de campo
- Grabaciones de vídeo o de audio

Pueden analizarse mediante herramientas de análisis cualitativo.

3.4 Cuestionarios de encuestas

Es una herramienta de investigación que consiste en una serie de preguntas y otras indicaciones con el propósito de obtener información de los consultados.

Existen dos tipos de cuestionarios:

- **Estructurados:** Listan preguntas que tienen opciones de respuestas predeterminadas.
- **No Estructurados:** Tienen preguntas abiertas y/o preguntas basadas en respuestas previas.

Ambos cuestionarios pueden ser:

- **Encubiertos:** El encuestado desconoce el verdadero objeto del estudio.
- **Descubiertos:** El encuestado es consciente del propósito y/o de promotor del estudio.

3.5 Formato de concentración

Es la unidad de archivo integrado por documentos de archivo transferidos desde las áreas o unidades productoras, que tienen todavía vigencia administrativa, de consulta esporádica y que pueden ser eliminados o conservados permanentemente después de un proceso de valoración documental.

3.6. Prueba piloto

Consiste en probar un cuestionario en una pequeña muestra de encuestados, para identificar y eliminar los problemas potenciales. Una prueba piloto llega a mejorar incluso al mejor cuestionario.

UNIDAD IV. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Se denomina muestreo al procedimiento mediante el cual se obtiene una muestra. La muestra debe ser representativa de la población que se desea estudiar y reflejar las características de los elementos que la componen.

4.1 Tipos y características

Muestreo probabilístico: Se seleccionan las unidades muestrales a través de procesos aleatorios. En este tipo de muestreo cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser elegido. Se puede conocer el margen de error y el nivel de confianza de las estimaciones, así de esta forma los resultados se pueden generalizar a la población o al universo en estudio. Es mucho más costoso que el muestreo no probabilístico.

Tipo de muestreo probabilístico

- Simple
- Sistemático
- Estratificado
- Por conglomerados
- Muestreo en varias etapas, que usan en cada una diferentes técnicas.

Muestreo no probabilístico: Las unidades muestrales no se seleccionan al azar, son elegidas por las personas. La selección de la muestra no es aleatoria, no se basa en ninguna teoría de probabilidad. No es posible calcular el error ni los niveles de confianza. El diseño es más simple y los costos son significativamente menores.

4.3 Recomendaciones para la selección

Se emplea un plan de muestreo para garantizar la obtención de una muestra representativa de la población en la que se centra el estudio.

Las determinaciones de los siguientes tres factores ayudarán a elaborar el plan maestro:

- Población
- Tamaño Muestral
- Método Muestral

y = Variable dependiente (atributo o característica cuyo cambio es el que interesa medir, también se le denomina resultante o desenlace. En el cálculo del tamaño de la muestra, es el número de participantes que se necesitan).

x = Variable independiente (atributo o característica que explica o predice el cambio en la variable dependiente. En el cálculo del tamaño de la muestra, un ejemplo es el poder estadístico que se requiere y que el investigador fija con antelación).

f = Función (es una colección de pares de valores ordenados, que pertenecen a diferentes conjuntos. En el cálculo del tamaño de la muestra, los conjuntos se pueden ejemplificar con el poder estadístico y el número muestral resultante).

$f(x)$ = Regla de correspondencia (expresa que para cada elemento de un conjunto se relaciona solamente con un elemento de otro conjunto. En el cálculo del tamaño de la muestra, para un elemento del poder estadístico se relaciona solamente con un número muestral).

4.5 Calculo de la muestra

El cálculo del tamaño de la muestra no es una simple operación aritmética que nos proporcione un valor. Es una función matemática, por lo tanto, el cambio de una variable, necesariamente se acompaña del cambio de la otra considerada en la ecuación.

Se denota por: $y = f(x)$