



Mi Universidad

CUADRO SINÓPTICO

Nombre del Alumno: Briseyda Agapita Aguilar Gómez

Nombre del tema: Cuadro Sinóptico Unidad V y VI

Nombre de la Materia: Investigación de mercado

Nombre de la Maestría: Administración

Cuatrimestre 3er

UNIDAD V. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

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. Debe centrar en dar respuesta al problema principal.

5.1. Análisis univariado

El objetivo es derivar los datos, definirlos y resumirlos y analizar al patrón presente de ellos. Es un conjunto de datos, explora cada variable por separado.

Para describir el comportamiento de variables en análisis univariados incluyen:
Medidas de tendencia central como: Promedio, Moda y Mediana.
Medidas de dispersión, tales como: Rango, Máximo, Mínimo, Varianza, Desviación, típica, Cuartiles, Deciles y Percentiles.

- Los datos se pueden describir mediante:
- Tablas de distribución de frecuencia
 - Grafica de barras
 - Histogramas
 - Gráficos circulares
 - Polígonos de frecuencia

5.2. Análisis bivariado

Es la investigación de la relación entre dos conjuntos de datos, como pares de observaciones tomadas de una misma muestra o individuo.

Hay tres formas habituales de realizar análisis bivariados:

1. Diagramas de dispersión.
2. Coeficientes de correlación.
3. Regresión lineal simple.

5.3. Análisis multivariado

Se refiere a diferentes métodos que estudian y examinan el efecto simultáneo de múltiples variables. Los métodos estadísticos multivariados se utilizan para analizar el comportamiento conjunto de más de una variable aleatoria. Existe una amplia gama de técnicas multivariadas disponibles.

Técnicas multivariadas:

- ✓ Gráfico de matriz
- ✓ Análisis de correlación
- ✓ Diagrama de araña
- ✓ Análisis factorial
- ✓ Análisis de regresión logística
- ✓ Análisis de conglomerados
- ✓ Análisis discriminante lineal
- ✓ Análisis de correspondencias
- ✓ Escalado multidimensional
- ✓ Correlación canónica

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.

6.2. Principios y reglas

6.1. Estructura

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

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
 - c. Tablas o cuadros no incluidos en el cuerpo del informe
 - d. Bibliografía

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

1. ¿Quiénes lo van a leer?
2. ¿Un reporte es fácil de leer?
3. ¿Tiene una apariencia conveniente y profesional?
4. ¿Puede un reporte ser objetivo?
5. ¿Tiene suficientes cuadros y gráficas?
6. ¿El documento es breve?
7. ¿Tiene suficientes tipos de análisis y recomendaciones contundentes?

Lineamientos para la presentación de tablas: Las tablas estadísticas son parte vital del reporte y merecen especial atención.

Contengan la siguiente información:

- Título y número.
- Orden de los datos.
- Base utilizada para la medición.
- Guías, líneas y espacios que faciliten la lectura.
- Explicaciones y comentarios, títulos, matrices y notas al principio o al pie

La exposición presencial. La presentación en una herramienta que ayuda a que el reporte se comprenda cabalmente, por lo cual es muy recomendable que todos los proyectos de investigación culminen con una buena exposición presencial ante el cliente y otros ejecutivos.