



Nombre del alumno: LGDT. Lucero Suleyma Coronel Guillén

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

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

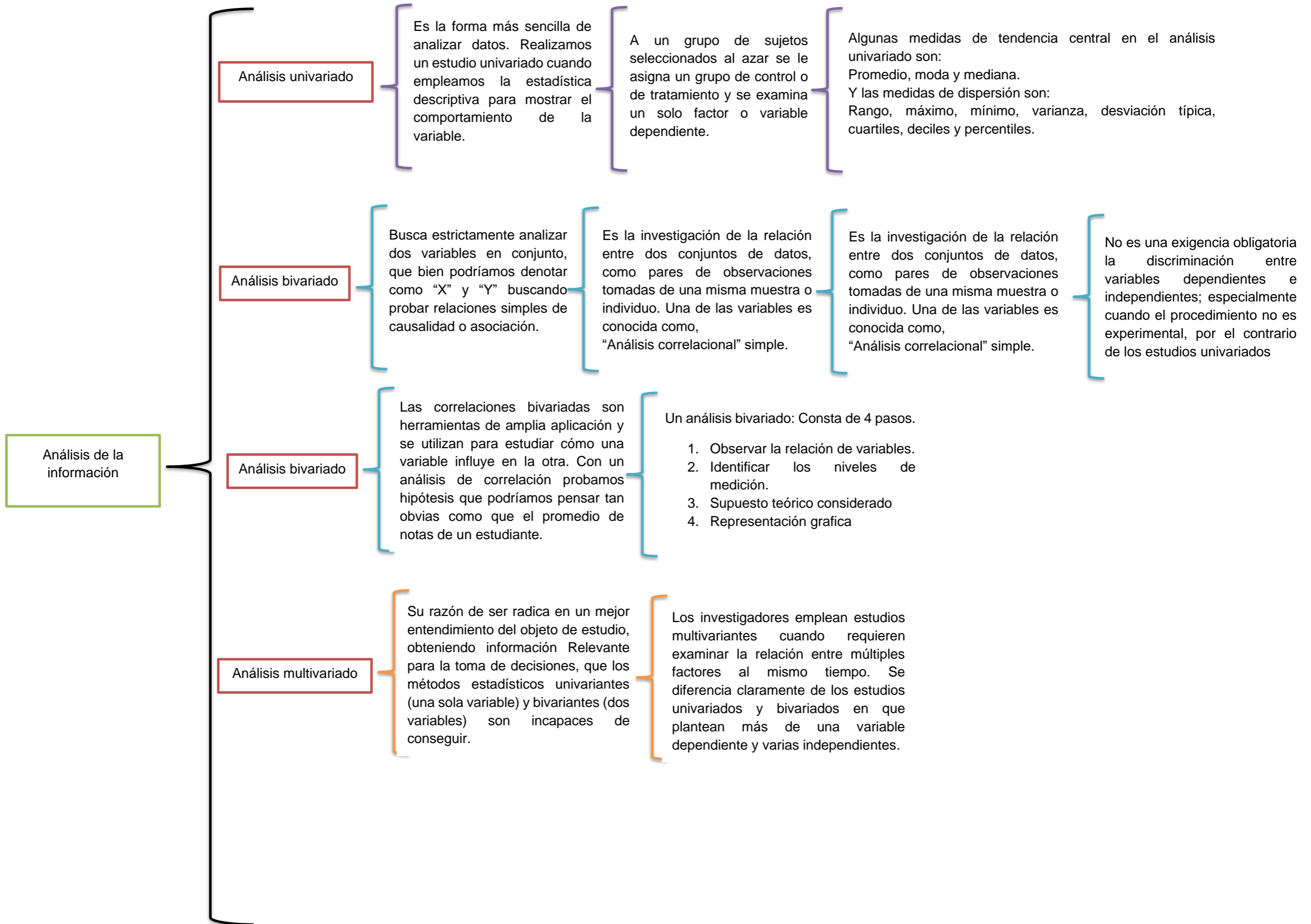
Materia: Investigación de mercados

Parcial: 3er.

Grado: 3er cuatrimestre

Grupo: A

Ocosingo, Chiapas a 20 de Mayo del 2022



Redacción de informe final

Estructura

No existe un formato específico que sea adecuado para todas las situaciones. Un trabajo de investigación no está concluido hasta tanto haya sido escrito el informe. El formato siguiente tiene flexibilidad suficiente para incluir o excluir elementos a modo de satisfacer necesidades específicas:

Portada

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

Va dirigido a otra división de la misma empresa, los nombres de las organizaciones se sustituyen por los del personal correspondiente. En esta página se enumera a los destinatarios del informe, así como a los departamentos o personas que lo elaboran

Tabla de contenidos

En informes breves suele incluir simplemente los encabezados principales. También es habitual que en el contenido se enumeren los cuadros y figuras, así como las páginas donde aparecen.

Resumen

Es la parte más importante, es el cuerpo de toda la investigación y tiene subdivisiones como:

Introducción: Debe proporcionar los antecedentes de la información.
Resultados: Se debe dar un buen relato de los resultados obtenidos.
Conclusiones: Deben darse la conclusión de los resultados obtenidos.
Recomendaciones: Cuales son los posibles cambios que se puedan dar mediante los resultados obtenido.

Introducción

En la introducción se deben dar los antecedentes de la información, además de datos históricos que puedan ser relevante. Además de que deben incluir los objetivos específicos

Cuerpo del informe

El cuerpo del informe contiene los detalles de la investigación sus métodos, resultados y limitaciones.

Conclusión y recomendaciones

En esta sección, el redactor muestra el desarrollo de las conclusiones, paso a paso, y las expresa con mayores detalles que en el resumen, Las recomendaciones del investigador deben seguir a las conclusiones.

Apéndice

Suele incluir estimaciones detalladas de las pruebas estadísticas y frecuentemente los datos con los cuales se generaron los cuadros de resumen que son parte del cuerpo del informe.

Redacción de informe final

Principios y reglas

¿Quién lo va leer?

Un reporte debe redactarse para un lector específico. Casi siempre nuestros clientes son los gerentes de marketing. Para preparar un buen informe hay que considerar los antecedentes técnicos de los lectores y su interés por el proyecto, así como la forma en que lo leerán y cómo lo utilizarán

Un reporte es fácil de leer

Deben utilizarse títulos para cada tema y subtítulos para los subtemas. Una vez más, las palabras empleadas deben expresar con exactitud lo que el investigador desea comunicar.

¿Tiene una apariencia conveniente y profesional?

Debe reproducirse en forma profesional sobre papel de primera calidad mediante computadora para, enseguida, encuadernarse. Se recomienda que la tipografía sea la misma en todo el documento y que, al mismo tiempo, sea variada en el tamaño de los tipos.

¿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.

¿Tiene suficientes cuadros y gráficas?

Este material puede facilitar mucho la comunicación y dar claridad y efecto al reporte.

¿Tiene suficientes cuadros y gráficas?

Un reporte ha de ser breve y conciso, aunque no debe sacrificarse la información completa en aras de la brevedad.

¿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.

Lineamientos para la presentación de tablas.

- 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 exposición presencial es importante mantener un contacto visual e interactuar con toda la audiencia. Debe darse oportunidad suficiente para las preguntas durante la presentación y después de ella.

Referencias bibliográficas

- » Hair, J.F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L. y Black W.C. (2002). Análisis multivariante (5a ed.). Madrid, España: Prentice Hall.
- » Iglesias-Antelo, S. y Sulé-Alonso, M.A. (2003). Introducción al análisis multivariable. En J. P. Lévy- Mangin y J. Varela-Mallou (eds.) Análisis multivariable para las ciencias sociales. D.F., México: Pearson-Prentice Hall.
- » Johnson, R.A. y Wichern, D.W. Applied multivariate statistical analysis (4a ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- » Jöreskog, K. G. y Sörbom, D. (1996). LISREL 8: User's reference guide. Chicago: Scientific Software International.
- » Jöreskog, K.G. y Sörbom, D. (1979). Advances in factor analysis and structural equation models. Cambridge, MA: Abt Books.