



Mi Universidad

Mapa conceptual

Nombre del Alumno: Gilberto Haddad Osorio

Nombre del tema: Mapa conceptual

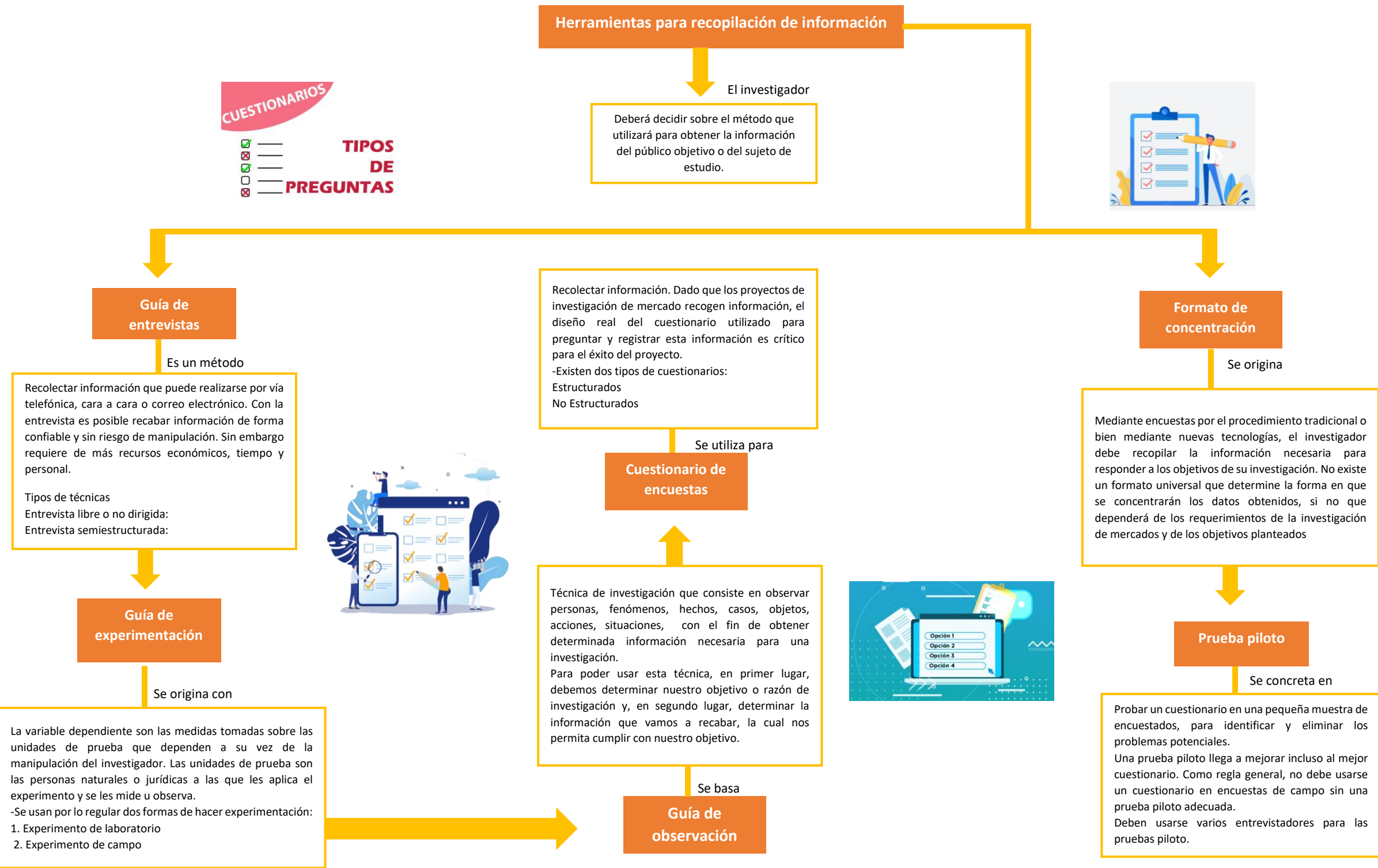
Parcial. I

Nombre de la Materia: Investigación de mercados

Nombre de la Maestría: Administración

Cuatrimestre: 3

Comalcalco, Tab, 12 de mayo del año 2022.



Determinación de la muestra



Tiene como

Objetivo principal de seleccionarla es hacer inferencias estadísticas acerca de la población de la que proviene. La selección debe ser probabilística.



Tipos y características

Se origina en

La muestra debe ser representativa de la población que se desea estudiar y reflejar las características de los elementos que la componen.
Existen tipos de muestreo.
-Muestreo probabilístico.
-Muestreo no probabilístico.
-Muestreo Aleatorio Simple
-Muestreo Aleatorio Sistemático
-Muestreo por conglomerados



Recomendaciones para selección

Se debe crear un

Un método que le permita identificar a los participantes en el estudio. 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

Cálculo de la muestra

El tamaño de

La muestra repercute directamente sobre la precisión de las estimaciones. Esta precisión de cada resultado, también depende de la varianza poblacional respecto a cada variable, es decir, de la heterogeneidad de la población.
Es la probabilidad de que una afirmación sobre la población, basada en el análisis de una muestra, sea correcta, es decir, la probabilidad de acertar.
Ello no significa podamos proporcionar una seguridad total respecto a que el porcentaje real en la población se encuentre con certeza entre ambos valores, pues aunque improbable, podría suceder que la muestra estuviera aleatoriamente sesgada en un sentido o en otro.

