



Nombre del alumno : Ximena Adyelen Trujillo Solís.

Nombre del profesor: Alejandro Aguilar Morales.

Parcial: 3.

Materia : Investigación de mercados.

Grado: 6 cuatrimestre.

Licenciatura: Administración y Estrategias de negocios.

Comitán de Domínguez, Chiapas a 18 de julio de 2025.

MÉTODOS DE

Recolección de datos



¿QUÉ SON?

Son técnicas y herramientas utilizadas para recopilar información y datos relevantes para una investigación, análisis o estudio. Estos métodos permiten obtener datos precisos y confiables que pueden ser utilizados para tomar decisiones informadas, identificar patrones y tendencias, y resolver problemas.



MÉTODOS CUALITATIVOS

Se enfocan en recopilar datos no numéricos, como textos, imágenes y observaciones. Ejemplos de métodos cualitativos incluyen:

- Entrevistas en profundidad
- Grupos focales
- Observación participante
- Análisis de contenido



MÉTODOS CUANTITATIVOS

Se enfocan en recopilar datos numéricos y estadísticos. Ejemplos de métodos cuantitativos incluyen:

- Encuestas
- Experimentos
- Análisis de datos secundarios
- Modelos estadísticos



MÉTODOS MIXTOS

Combinan métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión más completa de un fenómeno.



IMPORTANCIA

1. Obtener datos precisos y confiables: los métodos de recolección de datos ayudan a asegurar que los datos sean precisos y confiables.
2. Identificar patrones y tendencias: los métodos de recolección de datos permiten identificar patrones y tendencias en los datos.
3. Tomar decisiones informadas: los métodos de recolección de datos proporcionan información valiosa para tomar decisiones informadas.

4.2 Clasificación de las fuentes de información

1

FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes primarias son documentos o materiales que contienen información original y directa sobre un tema o evento.

- Ejemplos: artículos de investigación, libros de texto, informes de investigación, datos estadísticos, entrevistas, observaciones directas.



FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias son documentos o materiales que interpretan o analizan información proveniente de fuentes primarias.

- Ejemplos: libros de historia, artículos de revisión, resúmenes de investigación, críticas literarias, análisis de datos.

2

3

FUENTES Terciarias

Las fuentes terciarias son documentos o materiales que recopilan y organizan información proveniente de fuentes primarias y secundarias.

- Ejemplos: enciclopedias, diccionarios, bibliografías, directorios, bases de datos.



FUENTES DOCUMENTALES

Las fuentes documentales son documentos escritos o impresos que contienen información sobre un tema o evento.

- Ejemplos: libros, artículos de revista, informes, documentos históricos, cartas, diarios.

4

5

FUENTES NO DOCUMENTALES

Las fuentes no documentales son fuentes de información que no están en forma escrita o impresa.

- Ejemplos: entrevistas orales, observaciones directas, grabaciones de audio o video, imágenes.



FUENTES ACADÉMICAS

Las fuentes académicas son documentos o materiales que han sido revisados y aprobados por expertos en un campo específico.

- Ejemplos: artículos de investigación, libros de texto, tesis, disertaciones.

6

7

FUENTES NO ACADÉMICAS

Las fuentes no académicas son documentos o materiales que no han sido revisados o aprobados por expertos en un campo específico.

- Ejemplos: sitios web, blogs, artículos de opinión, noticias.



4.3 EL CUESTIONARIO

1

¿QUÉ ES?

Es un instrumento de investigación que consiste en una serie de preguntas diseñadas para recopilar información sobre un tema o fenómeno específico.

TIPOS

1. Cuestionarios estructurados: tienen preguntas predefinidas y respuestas específicas.
2. Cuestionarios semiestructurados: tienen preguntas predefinidas, pero permiten respuestas abiertas.

2

VENTAJAS

1. Economía: los cuestionarios pueden ser administrados a un gran número de personas de manera eficiente y económica.
2. Flexibilidad: los cuestionarios pueden ser administrados de manera presencial, telefónica o en línea.
3. Anonimato: los cuestionarios pueden permitir a los encuestados responder de manera anónima.



3

DESVENTAJAS

1. Sesgo: los cuestionarios pueden estar sesgados si las preguntas no son claras o si no se han diseñado de manera adecuada.
2. Falta de profundidad: los cuestionarios pueden no permitir una comprensión profunda de los temas o fenómenos estudiados.
3. Dificultad para medir actitudes y comportamientos: los cuestionarios pueden tener dificultades para medir actitudes y comportamientos complejos.

4



5

DISEÑO

1. Definir el objetivo: definir claramente el objetivo del cuestionario y qué información se busca recopilar.
2. Identificar la población: identificar la población que se va a estudiar y asegurarse de que el cuestionario sea relevante para ellos.
3. Diseñar las preguntas: diseñar preguntas claras y concisas que sean fáciles de entender y responder.
4. Probar el cuestionario: probar el cuestionario con un grupo piloto para asegurarse de que sea efectivo y fiable.