Super Nota

Nombre del Alumno: Jenny Denis González Pérez.

Nombre del tema: 4.1, 4.2 y 4.3

Parcial: 4

Nombre de la Materia: Investigación de mercados.

Nombre del profesor: Alejandro Aguilar Morales.

Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategias de Negocios.

Cuatrimestre: 6to Cuatrimestre

Fecha: 26 de julio de 2025

MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

¿QUE SON?

Son técnicas para obtener información necesaria para una investigación o análisis. Estos métodos pueden ser cualitativos, enfocados en la comprensión de experiencias y perspectivas, o cuantitativos, orientados a la medición y análisis estadístico.

METODOS CUANTITATIVOS

Se centran en datos numéricos y análisis estadísticos

ENCUESTAS

Se utilizan para recopilar datos numéricos a través de preguntas estructuradas, ya sea en persona, por teléfono, correo o en línea.

EXPERIMENTOS

Se utilizan para recopilar datos numéricos a través de preguntas estructuradas, ya sea en persona, por teléfono, correo o en línea.

ANALISIS DE DATOS SECUNDARIOS

Se utilizan datos existentes de otras fuentes, como informes gubernamentales o investigaciones previas, para obtener información relevante.

METODOS CUALITATIVOS

Buscan comprender experiencias, opiniones y comportamientos a través de descripciones detalladas.

ENTREVISTAS

Se realizan conversaciones con individuos para obtener información detallada sobre sus experiencias y perspectivas.

OBSERVACION

Implica la observación sistemática de fenómenos o comportamientos en su entorno natural.

GRUPOS FOCALES

Se realizan discusiones en grupo para explorar opiniones y percepciones sobre un tema específico.

ANALISIS DE CONTENIDO

Se examinan documentos, textos o imágenes para identificar patrones y temas relevantes.

CARACTERISTICAS CLAVE

VALIDEZ

Se refiere a la precisión con la que el método mide lo que se pretende medir.

CONFIABILIDAD

Se refiere a la consistencia de los resultados obtenidos con el mismo método en diferentes ocasiones.

OBJETIVIDAD

Se refiere a la capacidad del método para minimizar la influencia de sesgos personales del investigador.

FLEXIBILIDAD

Se refiere a la capacidad del método para adaptarse a diferentes situaciones y contextos.

COSTO

Los métodos pueden variar en cuanto a su costo, desde métodos gratuitos como la observación hasta métodos más costosos como los experimentos.

TIEMPO

La recolección de datos puede llevar más o menos tiempo dependiendo del método utilizado.

CLASIFICACION DE LAS FUENTES DE INFORMACION

FUENTES PRIMARIAS

- Contienen información original y no han sido analizadas o interpretadas.
- **Ejemplos:** documentos históricos, datos de investigaciones, cartas, diarios, fotografías, entrevistas, resultados de experimentos, etc.

FUENTES SECUNDARIAS

- Analizan, interpretan o comentan información primaria.
- **Ejemplos:** libros de texto, enciclopedias, artículos de revistas, reseñas, resúmenes, monografías, etc.

FUENTES TERCIARIAS

- Resumen, indexan o recopilan información de fuentes primarias y secundarias.
- **Ejemplos:** bibliografías, directorios, catálogos, índices de revistas, etc.

OTRAS FUENTES

- **Según su formato:** Textuales (libros, revistas, documentos), audiovisuales (grabaciones, videos, imágenes), digitales (páginas web, bases de datos).

- **Según su origen:** Personales (entrevistas, testimonios), institucionales (informes de empresas, documentos gubernamentales), documentales (archivos históricos, manuscritos).

- **Según su cobertura geográfica:** locales, regionales, nacionales, internacionales.
- **Según su contenido:** Generales (enciclopedias), especializadas (revistas científicas, manuales técnicos).

EL CUESTIONARIO

¿QUE ES?

Es una herramienta de investigación que consiste en una serie de preguntas diseñadas para recopilar información sobre un tema específico de un grupo de personas.

Pueden ser utilizados en diversos contextos, como estudios de mercado, encuestas de satisfacción del cliente, investigaciones académicas o evaluaciones psicológicas.

CARACTERISTICAS

- **Estructura:**

Un cuestionario típicamente incluye una introducción, preguntas y, en algunos casos, instrucciones para su llenado.

- **Tipos de preguntas:**

Puede contener preguntas cerradas (con opciones de respuesta predefinidas) o preguntas abiertas (que permiten respuestas más elaboradas).

- **Organización:**

Las preguntas deben estar redactadas de forma clara, coherente y secuenciada, según un plan establecido.

- **Objetivo:**

Su propósito es obtener información organizada y sistemática sobre las variables de interés en un estudio.

- **Aplicación:**

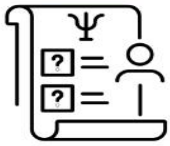
Se puede administrar de diversas formas, como en línea, por teléfono, en papel o en persona.

EJEMPLOS

- **Investigación de mercado:** Para conocer las preferencias de los consumidores sobre un producto o servicio.

- **Encuestas de satisfacción del cliente:** Para medir la satisfacción de los clientes con la atención recibida o la calidad del producto.

- **Investigaciones académicas:** Para recopilar datos sobre el comportamiento, actitudes o conocimientos de un grupo de personas.



- **Evaluaciones psicológicas:** Para evaluar rasgos de personalidad, habilidades o competencias.