



Nombre del alumno:

Karla Susana Almaraz Santiz.

Nombre del profesor:

Lic. Alejandro Aguilar Morales.

Nombre del trabajo:

Súper Nota.

Materia:

Investigación de Mercados.

Cuatrimestre: 6to.

Bibliografía:

LC-LAN602.

**Administración y Estrategia de
Negocios.**

Fecha: 27/07/2025.



Obtención de la Información

Métodos de recolección de datos:

Los métodos de recolección de datos son las técnicas utilizadas para obtener la información necesaria para una investigación. Se dividen en dos grandes tipos:

1. Métodos Cuantitativos

Buscan medir y analizar datos numéricos. Son estructurados y estandarizados.

- Encuestas: Preguntas cerradas aplicadas a muchas personas.
- Entrevistas estructuradas: Igual para todos los participantes.
- Observación estructurada: Se registran comportamientos específicos.
- Experimentos: Se manipulan variables para ver efectos.



2. Métodos Cualitativos

Buscan entender comportamientos, opiniones y percepciones.

- Entrevistas en profundidad: Más flexibles y personales.
- Grupos focales: Discusión entre varias personas guiada por un moderador.
- Observación no estructurada: Registro libre de comportamientos.
- Análisis de contenido: Estudia discursos, textos o redes sociales.



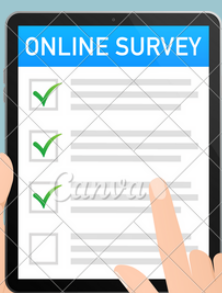
Clasificación de las fuentes de información

Las fuentes de información pueden clasificarse en dos tipos:

1. Fuentes Primarias

Son los datos originales que se obtienen directamente del público objetivo.

Ejemplos: encuestas, entrevistas, focus group, observaciones.



2. Fuentes Secundarias

Son datos ya existentes, recopilados por otras personas o instituciones.

Ejemplos:

- Estadísticas gubernamentales (INEGI)
- Informes de empresas
- Artículos académicos
- Estudios de mercado previos



El Cuestionario

Es una herramienta clave en la investigación cuantitativa. Consiste en un conjunto de preguntas que se aplica a los encuestados para obtener datos.

Partes de un cuestionario:

1. Introducción: Explica el propósito y asegura confidencialidad.
2. Datos generales: Edad, sexo, ocupación, etc.
3. Preguntas específicas: Relacionadas con el tema del estudio.
4. Cierre: Agradecimiento o aclaraciones finales.



Tipos de preguntas:

- Cerradas: Con opciones definidas (sí/no, múltiple elección).
- Abiertas: Permiten respuesta libre.
- Escalas: Miden nivel de acuerdo o satisfacción (por ejemplo, escala de Likert).

