

**GUÍA PRÁCTICA
ASIGNATURA
INVESTIGACIÓN DE
MERCADOS**



Tema:

Planificación y aplicación
de la recolección de datos:
Encuestas, entrevistas y
observación.



2025

Carrera: | Tecnología Superior
en Administración

1.- Datos generales:



- 1.1. Fecha: 28 de julio del 2025
- 1.2. Asignatura: Investigación de Mercados
- 1.3. Período académico: Abr 25 – Ago 25
- 1.4. Promoción y nivel académico 2-5-UADQ1

2.- Datos específicos:



2.1. Título de la práctica:

Planificación de la recolección de datos: encuestas, entrevistas y observación.



2.2. Tiempo de duración:

120 minutos



2.3. Objetivo de la práctica:

Diseñar un plan estratégico de recolección de datos primarios, aplicando de forma diferenciada las técnicas de encuesta, entrevista y observación, con base en un problema de investigación de mercados previamente identificado.



2.4. Resultado de aprendizaje:

El estudiante será capaz de planificar y justificar la aplicación de técnicas de recolección de datos (encuestas, entrevistas y observación), seleccionando la más adecuada según el tipo de información requerida, el perfil del público objetivo y las condiciones del entorno, garantizando la validez y confiabilidad de los datos obtenidos.

3.- Materiales, recursos y equipos

- Computadora o laptop (por estudiante o grupo) – Para diseñar instrumentos, redactar el plan de recolección y registrar resultados.
- Procesador de texto (Word, Google Docs) – Para redactar encuestas, guías de entrevistas y reportes.



- Herramientas de encuestas digitales (Google Forms, Survey-

Monkey, Microsoft Forms) – Para aplicar encuestas en línea.

- Grabadora o aplicación de grabación de voz (smartphone, tablet o grabadora digital) – Para registrar entrevistas.

- Cuaderno o bitácora de observación – Para anotar hallazgos de campo en ejercicios de observación.

- Instrumentos de recolección impresos (opcional) – Cuestionarios en papel, guías de entrevista u hojas de observación.



- Acceso a internet – Para investigar sobre el problema de estudio y aplicar encuestas digitales.

- Proyector y pantalla – Para presentación de resultados o socialización del diseño del plan.

- Material de oficina (esferográficos, marcadores, hojas, carpetas) – Para apoyar la planificación y documentación.

- Pizarra– Para exponer ideas o diagramar el plan de recolección en grupo.

4.– Normas de seguridad:



El estudiante:

Debe mantener en todo momento un comportamiento respetuoso, profesional y acorde a las normas institucionales.

Los participantes deberán mantener una actitud colaborativa, responsable y ética durante el desarrollo de la práctica.

Es fundamental conservar el área de trabajo limpia, organizada y libre de distracciones para facilitar un ambiente propicio para el aprendizaje.

La información compartida por los compañeros, especialmente en entrevistas, encuestas o análisis de casos, debe tratarse con total confidencialidad y respeto.

Se promoverá un entorno de participación segura, donde cada estudiante se sienta valorado y libre de expresar sus ideas, sin temor a juicios o discriminación.

5.- Preparación previa:

Lecturas esenciales

Los estudiantes analizarán los contenidos teóricos del tema relacionado a la práctica a tratar, considerando inclusive las consultas bibliográficas, con el propósito de tener una concepción general del tema.

Se recomiendan los siguientes enlaces:

El diseño del cuestionario

<https://www.ugr.es/~diploeio/documentos/tema2.pdf>

Diseño de cuestionarios para recolección de datos.

<http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n36/art08.pdf>

Clases:

Los estudiantes recibirán clases previas de:

Técnicas cualitativas y cuantitativas.

Tamaño de la muestra y margen de error.

Validación y prueba piloto de instrumentos.

Métodos de muestreo: probabilístico y no probabilístico.

Diseño de cuestionarios: estructura, tipo de preguntas, escala de medición.

Diseños de investigación: exploratorio, descriptivo y causal.



Revisión teórica:

Revisión del diseño de cuestionario, teniendo en cuenta la estructura, tipo de preguntas y escalas de medición.

Tareas previas:

Analizar el proceso para elaborar un diseño de investigación exploratorio y descriptivo.

Identificar en la actividad propuesta las distintas escalas de medición.

**Análisis de Caso:**

Los estudiantes analizarán el caso de estudio de la página 57 de la guía de investigación de mercado, denominado “Explorando el Mercado para un producto innovador” en donde se identifica un contexto específico, la situación a resolver, las actividades planteadas y donde debe generar los resultados esperados.

6.-Fundamentos teóricos:

• Métodos de Muestreo:

Probabilístico y No Probabilístico; ¿Qué es el muestreo?; Tipos de muestreo: Probabilístico, No Probabilístico

• Tamaño de la Muestra y Margen de Error:

¿Por qué importa el tamaño de la muestra?, Margen de error:

• Planificación de la Recolección de Datos:

Encuestas, Entrevistas y Observación; Técnicas de recolección: Encuestas, Entrevistas, Observación; Uso principal; Ventajas.

• Estructura y Elaboración del Informe de Investigación:

Portada e introducción, Objetivos y planteamiento del problema, Marco teórico y antecedentes, Metodología (tipo de estudio, muestra, técnicas), Resultados (con tablas y gráficos), Análisis e interpretación, Conclusiones y recomendaciones, Referencias y anexos.



- Presentación de Resultados e Interpretación para la Toma de Decisiones

Referencias Bibliográficas

McDaniel, C. J. & Gates, R. (2016). Investigación de mercados: (10 ed.). Cengage Learning.

<https://elibro.net/es/lc/isthcpp/titulos/93267>

Marte Alvarado, Q. & Tejada Betancourt, L. (Il.). (2019). Investigación de mercados: (ed.). Universidad Abierta para Adultos (UAPA).

<https://elibro.net/es/lc/isthcpp/titulos/175886>

Pietro Herrera, J. E. (2021). Investigación de mercados: (3ed.). Ecoe Ediciones.

<https://elibro.net/es/lc/isthcpp/titulos/206260>

7.- Descripción de la actividad práctica



Recolección de Datos de Campo

Objetivo de la práctica

Aplicar técnicas de recolección de datos (encuestas, entrevistas y observación) en un contexto real o simulado, con el fin de obtener información útil para un estudio de mercado.

Procedimiento paso a paso

FASE 1: PLANEACIÓN INICIAL

1. Formación de equipos

Los estudiantes se organizarán en equipos de 3 a 5 integrantes, dependiendo del tamaño del grupo.



2. Selección del tema o problema de investigación

Cada equipo elegirá un producto, servicio o necesidad social que deseen investigar.

3. Delimitación del público objetivo

Definir el perfil del grupo al que se aplicará la recolección de datos.

FASE 2: DISEÑO DE INSTRUMENTOS

4. Diseño de una encuesta estructurada

Mínimo 10 preguntas (cerradas, abiertas y de escala).

Utilizar escalas apropiadas según el tipo de variable (Likert, nominal, ordinal).

Validar entre pares antes de aplicar.



5. Redacción de una guía de entrevista semi-estructurada

Mínimo 5 preguntas clave.

Enfocada en obtener opiniones, experiencias o percepciones.

Practicar en aula mediante simulacros antes de aplicarla.

6. Elaboración de una ficha de observación

Incluir criterios de observación, lugar, tiempo y comportamientos a observar.

Determinar si será observación participante o no participante.

FASE 3: RECOLECCIÓN DE DATOS EN CAMPO

7. Aplicación de encuestas

Mínimo 15 personas encuestadas por equipo.

Respetar el perfil definido.

Registrar respuestas de forma clara y segura.



8. Realización de entrevistas

Mínimo 2 entrevistas por equipo.

Tomar notas o grabar (con autorización del entrevistado).

Observar lenguaje no verbal.

9. Ejecución de la observación

Realizar 1 sesión de observación en el entorno relacionado con el tema de investigación.

Tomar notas discretamente y con enfoque analítico.

FASE 4: SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS INICIAL

10. Organización de la información recolectada

Digitalizar encuestas (Google Forms, Excel o similar).

Transcribir entrevistas y fichas de observación.

Clasificar los datos en categorías temáticas.



Google Forms

11. Análisis preliminar

Identificar patrones o tendencias.

Resumir hallazgos clave por técnica utilizada.

Formular al menos dos conclusiones iniciales.

FASE 5: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

12. Elaboración de un informe breve

Introducción, objetivo, instrumentos, resultados, conclusiones.

Incluir gráficos, tablas o citas relevantes.



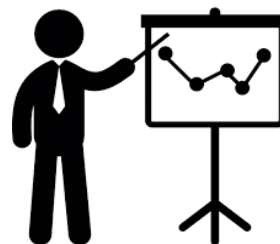
El informe será entregado en formato digital (PDF o Word).

13. Exposición oral en clase

Duración máxima: 10 minutos.

Cada equipo debe presentar: objetivos, métodos, hallazgos y aprendizajes.

Uso opcional de diapositivas o póster.



8.- Mecanismo de evaluación y anexos:



Instrucciones:

La práctica será evaluada en función de:

- La comprensión y aplicación de las técnicas y herramientas de DO.
- La coherencia y viabilidad del plan de intervención.
- La calidad del análisis y la reflexión.
- La claridad y organización de la presentación final.

Calificación:

A cada paso del procedimiento se le asignará el valor de 1 punto, en caso de que no realice la calificación sería 0.

Para la calificación final se tomará en cuenta la puntuación de la tabla de calificación adjunta a la lista de cotejo.

LISTA DE COTEJO

Nombre y apellidos del docente:

Fecha:

Describe los pasos a seguir en la actividad práctica:

DESCRIBA LOS PASOS A SEGUIR	
PASO 1	Presentación de la práctica
PASO 2	Distribución de materiales
PASO 3	Lectura de materiales asignado
PASO 4	Discusión en clase
PASO 5	Asignación del caso práctico
PASO 6	Formación de equipos
PASO 7	Selección del tema o problema de investigación
PASO 8	Delimitación del público objetivo
PASO 9	Diseño de una encuesta estructurada
PASO 10	Redacción de una guía de entrevista semi-estructurada
PASO 11	Elaboración de una ficha de observación
PASO 12	Aplicación de encuestas
PASO 13	Realización de entrevistas
PASO 14	Ejecución de la observación
PASO 15	Organización de la información recolectada
PASO 16	Análisis preliminar
PASO 17	Elaboración de un informe breve
PASO 18	Exposición oral en clase

LISTA DE COTEJO

Nombre y apellidos del docente:

Fecha:

LISTA DE COTEJO

Nombre y apellidos del docente:

Fecha:

Nº	Lista de estudiantes	Secuencia de pasos del procedimiento																		Puntuación	Observación
		PASO 1	PASO 2	PASO 3	PASO 4	PASO 5	PASO 6	PASO 7	PASO 8	PASO 9	PASO 10	PASO 11	PASO 12	PASO 13	PASO 14	PASO 15	PASO 16	PASO 17	PASO 18		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1																					
2																					
3																					
4																					
5																					
6																					
7																					
8																					
9																					
10																					



