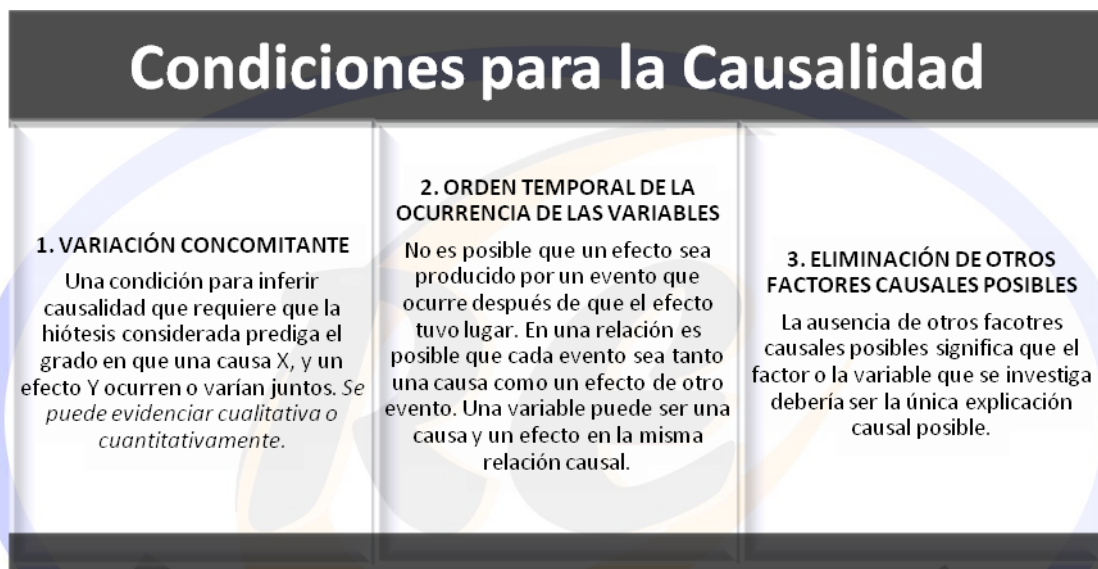


DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN CAUSAL: EXPERIMENTACIÓN

CONCEPTO DE CAUSALIDAD

Causalidad: Cuando la ocurrencia de X incrementa la probabilidad de la ocurrencia de Y. Los efectos de marketing son causados por múltiples variables, y la relación entre causa y efecto tiende a ser probabilística.



DEFINICIONES Y CONCEPTOS

Variables Independientes: Variables que son manipuladas por el investigador y cuyos efectos se miden y se comparan

Unidades de prueba: Individuos, organizaciones u otras entidades cuya respuesta a las variables independientes o tratamientos se está estudiando.

Variables Dependientes: Variables que miden el efecto de las variables independientes sobre las unidades de prueba.

Experimento: El proceso de manipular una o más variables independientes, y su efecto en una o más variables dependientes, mientras se controlan las variables extrañas.

Diseño Experimental: El conjunto de procedimientos experimentales que especifican:

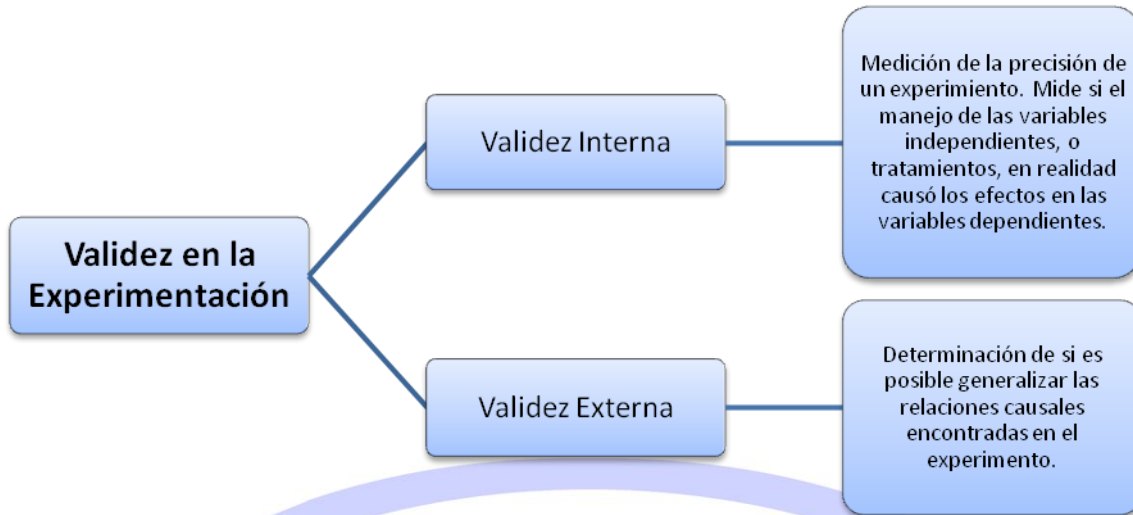
- Las unidades de prueba y los procedimientos de muestreo,
- Las variables independientes,
- Las variables dependientes y
- La manera de controlar las variables extrañas.

Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://facebook.com/RESCATE_ESTUDIANTIAL_DE_ECONOMICAS)

VALIDEZ EN LA EXPERIMENTACIÓN



VARIABLES EXTRAÑAS

Historia: Eventos específicos que son externos al experimento, pero que ocurren al mismo tiempo que éste.

Maduración: Variable extraña atribuible a los cambios en las unidades de prueba que ocurren con el paso del tiempo.

Efectos de la Prueba: Son ocasionados por el proceso de experimentación:

- **Efecto principal de la prueba (EP):** Un efecto de la prueba que ocurre cuando una observación previa afecta una observación posterior.
- **Efecto interactivo de la prueba (EI):** Efecto en el que una medición previa influye en la respuesta de las unidades de prueba a la variable independiente.

Instrumentación: Una variable extraña que implica cambios en el instrumento de medición, en los observadores o en las puntuaciones.

Regresión estadística: Variable extraña que ocurre cuando las unidades de prueba con puntuaciones extremas se acercan a la puntuación promedio en el curso de experimento.

Sesgo de selección: Variable extraña atribuible a la asignación inadecuada de las unidades de prueba a las condiciones de tratamiento.

Mortalidad: Variable extraña atribuible a la pérdida de unidades de prueba mientras el experimento está en progreso.

Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://facebook.com/RESCATE_ESTUDIANTIAL_DE_ECONOMICAS)

CONTROL DE LAS VARIABLES EXTRAÑAS (Las variables extrañas representan explicaciones alternativas de los resultados experimentales)

Variables de confusión: Sinónimo de variables extrañas, e usa para ilustrar el hecho de que las variables extrañas pueden confundir los resultados al influir en la variable dependiente.

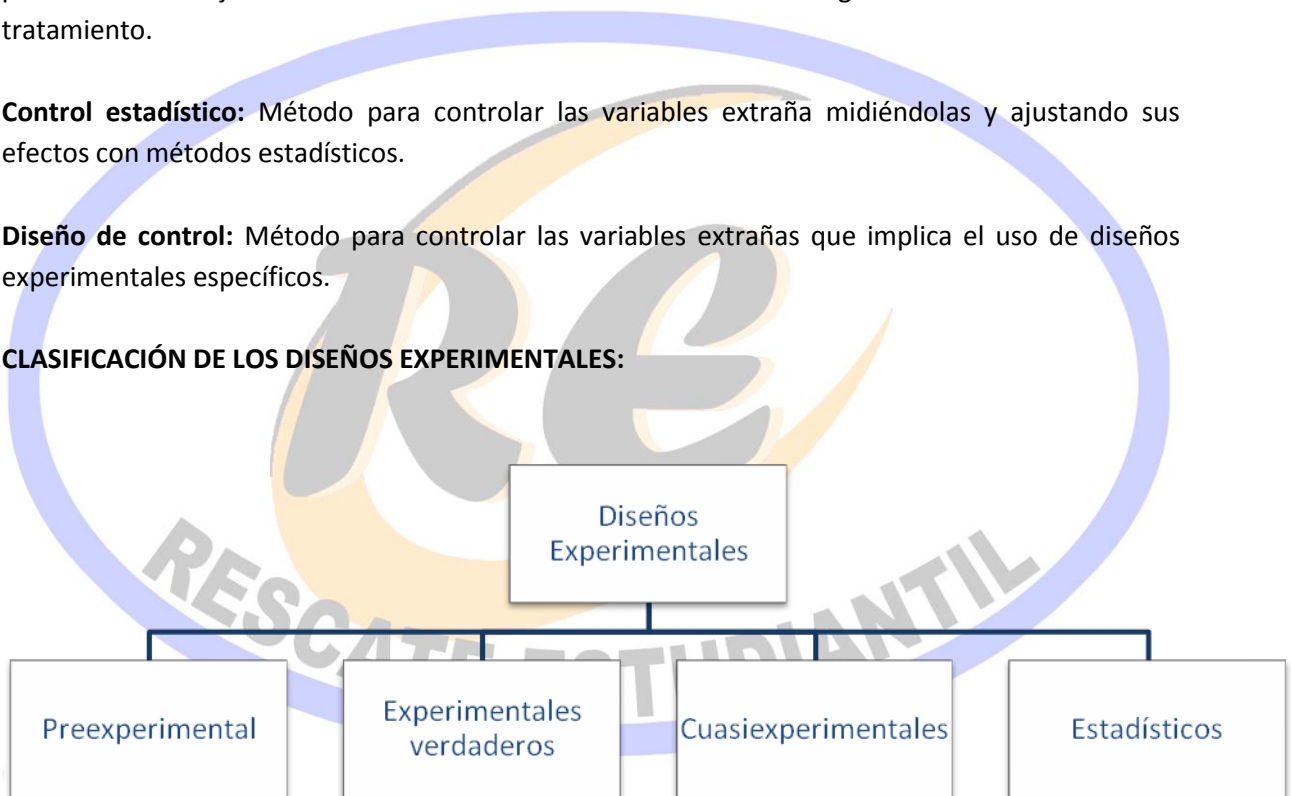
Aleatorización: Método para controlar las variables extrañas, que implica la asignación al azar de las unidades de prueba a los grupos experimentales usando números aleatorios. Las condiciones de tratamientos también se asignan de forma aleatoria a los grupos experimentales.

Paramiento: Método para controlar las variables extrañas que implica aparear las unidades de prueba en un conjunto de variables antecedentes clave antes de asignarlas a las condiciones de tratamiento.

Control estadístico: Método para controlar las variables extraña midiéndolas y ajustando sus efectos con métodos estadísticos.

Diseño de control: Método para controlar las variables extrañas que implica el uso de diseños experimentales específicos.

CLASIFICACIÓN DE LOS DISEÑOS EXPERIMENTALES:



Diseños Pre-experimentales: Diseños que no controlan los factores extraños mediante la aleatorización.

Diseños experimentales verdaderos: Diseños experimentales que se distinguen por el hecho de que el investigador puede asignar de forma aleatoria las unidades de prueba y los tratamientos a los grupos experimentales.

Diseños cuasi-experimentales: Diseños que aplican parte de los procedimientos de los experimentos verdaderos, pero que carecen de un control experimental completo.

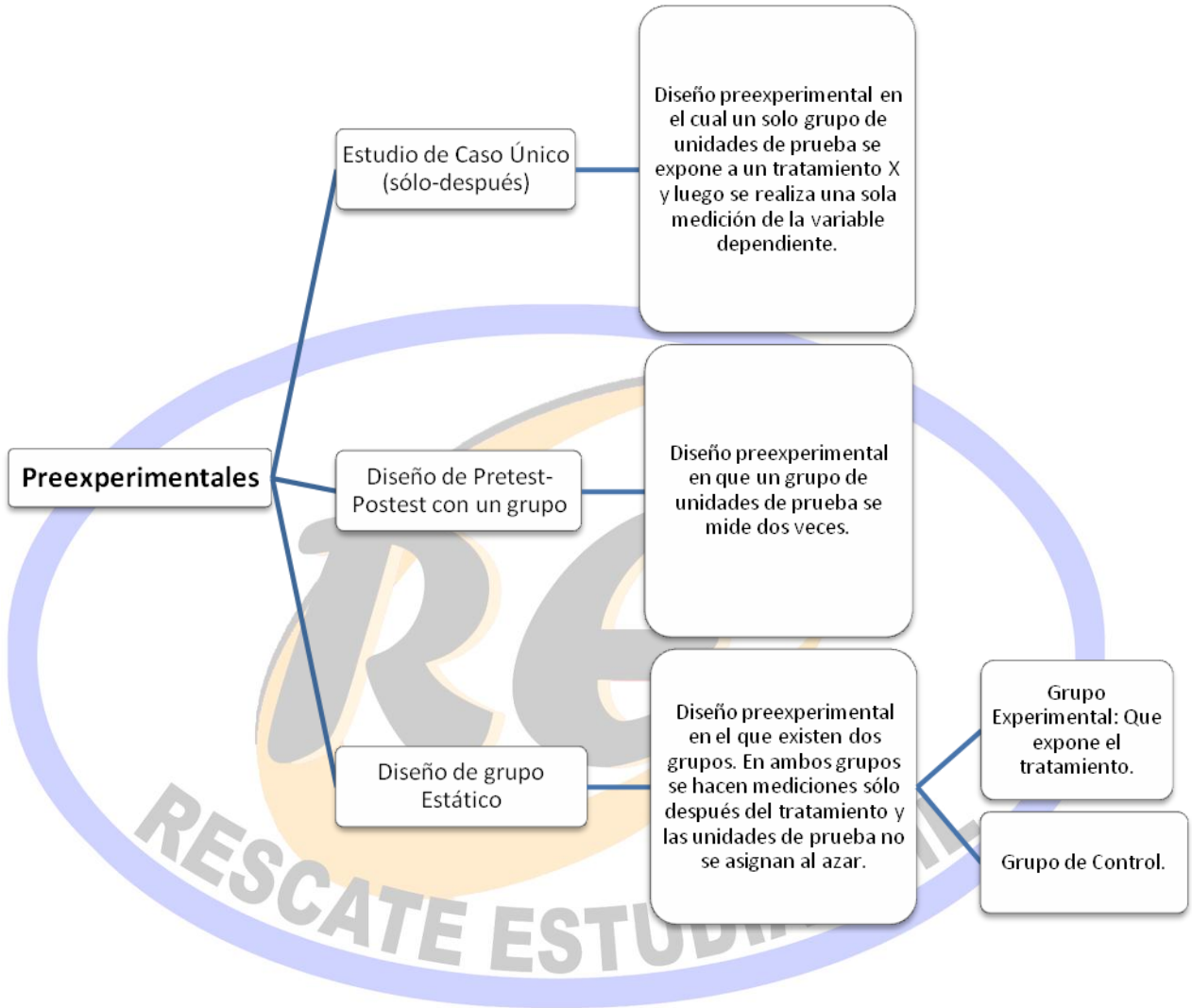
Diseño estadístico: Diseño que permiten el control y análisis estadísticos de las variables externas.

Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://facebook.com/RESCATE_ESTUDIANTIAL_DE_ECONOMICAS)

DISEÑOS PRE-EXPERIMENTALES (Se caracterizan por la falta de aleatorización)

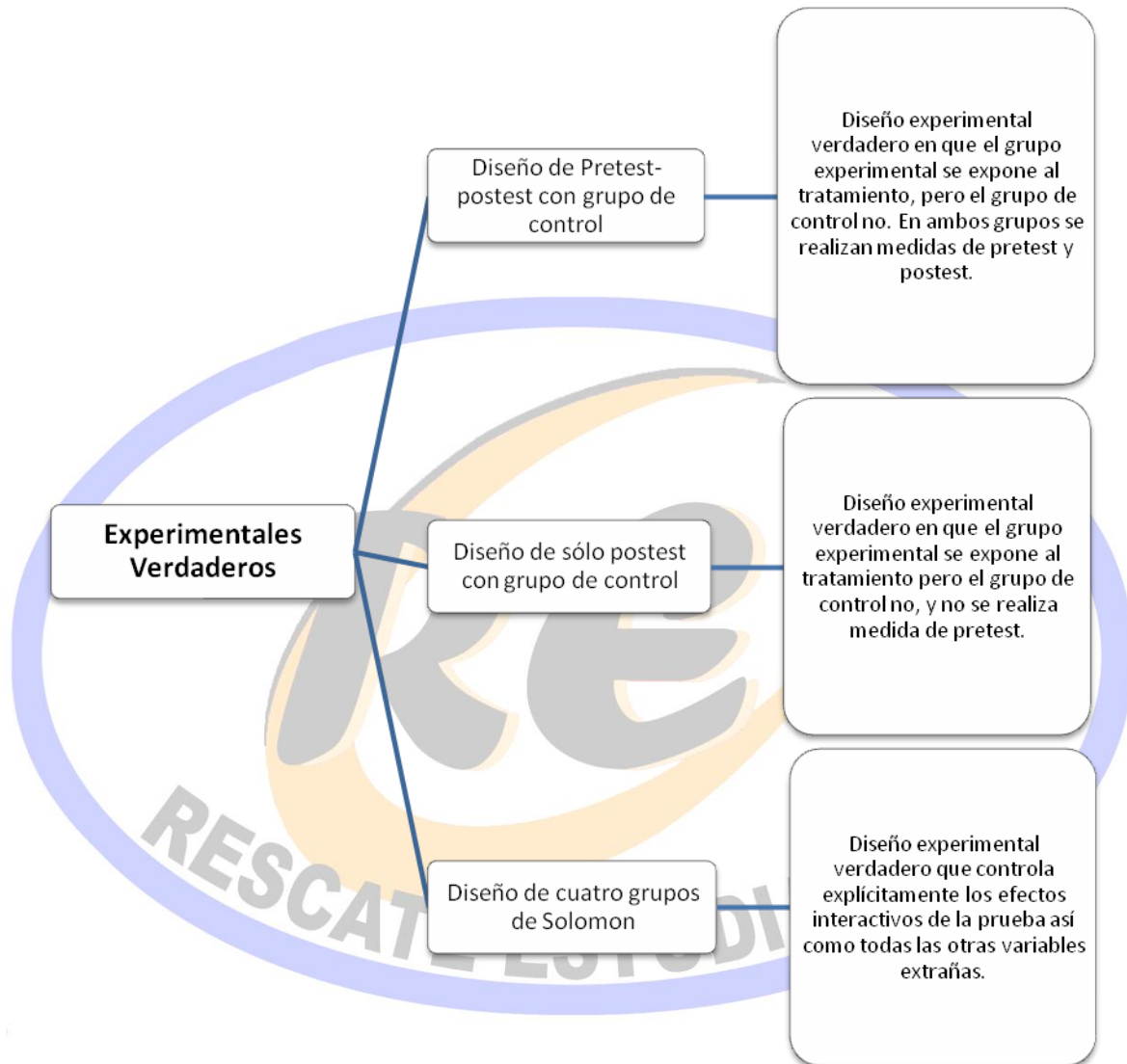


Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://facebook.com/RESCATE_ESTUDIANTIAL_DE_ECONOMICAS)

DISEÑOS EXPERIMENTALES VERDADEROS (La característica distintiva de los diseños experimentales verdaderos, en comparación con los diseños pre-experimentales, es la aleatorización.



Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://facebook.com/RESCATE_ESTUDIANTIAL_DE_ECONOMICAS)

DISEÑO CUASIEXPERIMENTALES:

1. El investigador puede controlar cuándo y con quien se realizan las mediciones.
2. El investigador carece de control sobre la programación del tratamiento y tampoco puede exponer a las unidades de prueba al tratamiento de forma aleatoria.

Diseño de series de tiempo: Diseño cuasi-experimental que implica mediciones periódicas de la variable dependiente para un grupo de unidades de prueba. Luego el tratamiento es administrado por el investigador u ocurre de manera natural. Después del tratamiento, continúan las mediciones periódicas para determinar su efecto.

Diseño de Series de Tiempo Múltiples: Diseño de series de tiempo que incluye otro grupo de unidades de prueba que funge como grupo de control.

DISEÑOS ESTADÍSTICOS

Ventajas:

- Es posible medir los efectos de más de una variable independiente
- Pueden controlarse estadísticamente variable extrañas específicas
- Se formulan diseños económicos cuando cada unidad de prueba se mide más de una vez.

Diseño de Bloque Aleatorizado: Diseño estadístico en que las unidades de prueba se disponen en un bloque con base en una variable externa para asegurar que los grupos experimental y de control estén cercanamente igualados en esa variable.

Diseño de cuadrado latino: Diseño estadístico que, además de permitir el manejo de las variable independiente, admite el control estadístico de dos variables externas que no interactúan.

Diseño factorial: Diseño experimental estadístico que se utiliza para medir los efectos de dos o más variables independientes en varios niveles, y para permitir interacciones entre las variables.

EXPERIMENTOS DE LABORATORIO Y EXPERIMENTOS DE CAMPO

Ambiente de laboratorio: Escenario artificial para la experimentación donde el investigador construye las condiciones deseadas.

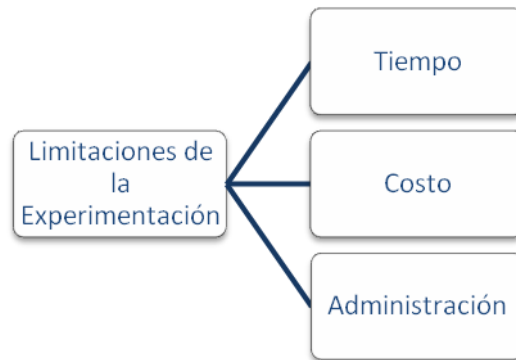
Ambiente de campo: Situación experimental establecida en condiciones de mercado reales.

Diferentes escenarios de la demanda: Los participantes tratan de adivinar el propósito del experimento y responden de acuerdo con ello.

Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://www.facebook.com/RESCATE-ESTUDIANTIAL-DE-ECONOMICAS)



APLICACIÓN: PRUEBA DE MERCADO

Prueba de mercado: Aplicación de un experimento controlado realizado en mercados de prueba limitados pero seleccionados con cuidado. Implica realizar, en los mercados de prueba, el programa nacional de marketing que se planeó para un producto.

Mercados de Prueba: Parte del mercado seleccionada con cuidado que es particularmente adecuada para determinadas pruebas de mercado.

Mercado Estándar de Prueba: Prueba de mercado donde el producto se vende a través de los canales de distribución regulares. Por ejemplo, no se hacen consideraciones especiales a los productos por el solo hecho de que están sometidos a prueba de mercados.

Prueba de mercado controlada: Programa de prueba de mercado realizado por una compañía externa de investigación en la experimentación de campo. La empresa de investigación garantiza la distribución del producto en tiendas detallistas que representan un porcentaje predeterminado del mercado.

Prueba de mercado simulada: Mercado casi de prueba donde se preselecciona a los encuestados y luego se les entrevista y se observan sus compras y sus actitudes hacia el producto.

ETICA EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Sesión de información: Consiste en informar, después del experimento, a los sujetos de la prueba acerca del propósito del experimento, y de cómo se realizaron las manipulaciones experimentales.

CAPITULO 8

MEDICIÓN Y ESCALAMIENTO: ASPECTOS BÁSICOS Y ESCALAMIENTO COMPARATIVO

Medición: La asignación de números u otros símbolos a características de objetos de acuerdo con ciertas reglas preestablecidas.

Escala: Generación de un continuo sobre el que se localizan los objetos medidos.

Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

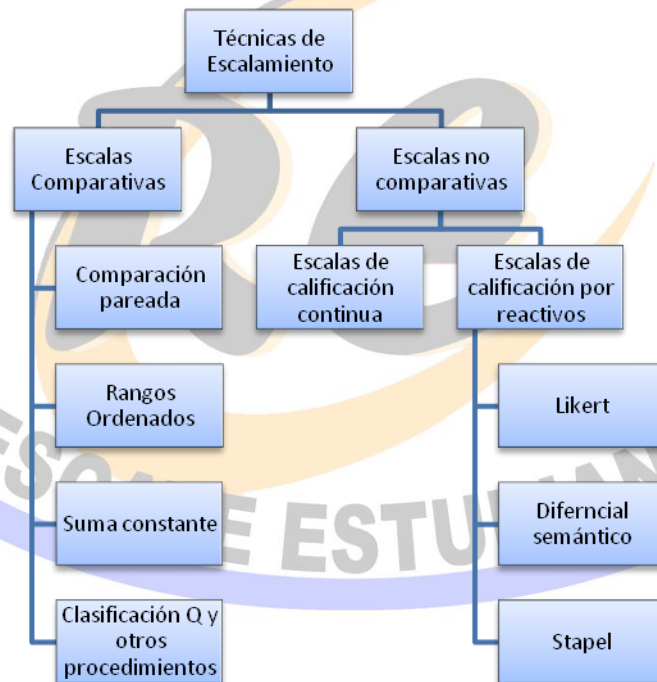
Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://www.facebook.com/RESCATE-ESTUDIANTIAL-DE-ECONOMICAS)

ESCALAS DE MEDICIÓN BÁSICAS

<p>1. ESCALA NOMINAL</p> <p>Una escala cuyos números sirven sólo como etiquetas o rótulos para identificar y clasificar objetos con una estricta correspondencia de uno a uno entre los números y los objetos.</p>	<p>2. ESCALA ORDINAL</p> <p>Escala de clasificación en la cual se asignan números a los objetos para indicar la medida relativa en que se posee una característica. Esto permite determinar si un objeto tiene más o menos de una característica que otros objetos.</p>	<p>3. ESCALA DE INTERVALO</p> <p>Una escala donde se utilizan los números para calificar objetos, de tal forma que las distancias numéricas equivalentes en la escala representan distancias equivalentes en la característica medida.</p>	<p>4. ESCALA DE RAZÓN</p> <p>La escala más alta. Permite al investigador identificar o clasificar objetos, jerarquizarlos, y comparar los intervalos o las diferencias. También es significativo calcular razones de los valores de la escala.</p>
---	--	---	---

COMPARACIÓN DE LAS TÉCNICAS DE ESCALAMIENTO



Escalas comparativas: Una de dos tipos de técnicas de escalamiento en donde hay una comparación directa de los objetos estímulo entre sí.

Escalas no comparativas: Una de dos tipos de técnicas de escalamiento en la cual cada objeto estímulo de escala se forma independiente del resto de los objetos del conjunto de estímulos.

TÉCNICAS COMPARATIVAS DE ESCALAMIENTO

Escalamiento de comparación pareada: Una técnica de escalamiento comparativo donde se muestran al encuestado dos objetos al mismo tiempo y se le pide que elija uno de acuerdo a ciertos criterios. Los datos obtenidos son de naturaleza ordinal.

Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://www.facebook.com/RESCATE-ESTUDIANTIAL-DE-ECONOMICAS)

- **Transitividad de la preferencia:** Suposición que se hace para convertir los datos de la comparación pareada en datos de rangos ordenados. Ello implica que si la marca A se prefiere a la marca B y ésta se prefiere a la marca C, entonces la marca A se prefiere sobre la marca C.

Escalamiento por rangos ordenados: técnica comparativa de escalamiento en la cual se presentan simultáneamente varios objetos a los encuestados, y se les pide que los ordenen o clasifiquen de acuerdo con ciertos criterios.

Escalamiento de suma constante: Técnica de escalamiento comparativo en que se requiere que los encuestados distribuyan una suma constante de unidades como puntos, dólares, vales, engomados o fichas, entre un conjunto de objetos estímulo con respecto a un criterio.

Escalamiento de clasificación Q: Técnica de escalamiento comparativo que utiliza el procedimiento de rangos ordenados, para clasificar objetos en función de su similitud con respecto a cierto criterio.

CAPITULO 8

MEDICIÓN Y ESCALAMIENTO: TÉCNICAS NO COMPARATIVAS DE ESCALAMIENTO

Escala no comparativa: Una de las dos técnicas de escalamiento, en donde cada objeto estímulo se escala independientemente de los otros objetos del conjunto de estímulos. Conocidas como escalas monódicas.

Escala de clasificación continua: En una escala de clasificación continua, también conocida como escala de clasificación gráfica, los encuestados clasifican los objetos poniendo una marca en la posición apropiada sobre una línea que va de un extremo al otro de la variable criterio.

ESCALA DE CLASIFICACIÓN POR REACTIVOS (ÍTEM): Escala de medición que asocia números y/o descripciones breves con cada categoría. Las categorías están ordenadas en términos de la posición de la escala.

Escala de Likert: Escala de medición con cinco categorías de respuesta que van de “totalmente en desacuerdo” a “totalmente de acuerdo”, lo cual requiere que los encuestados indiquen el grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de las afirmaciones relacionadas con los objetos estímulo.

Ejemplo:

	<i>Totalmente en desacuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>Indiferente</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>Totalmente de acuerdo</i>
<i>Sears vende mercancía de alta calidad</i>	1	2X	3	4	5

Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://www.facebook.com/RESCATE-ESTUDIANTIAL-DE-ECONOMICAS)

Escala de diferencial semántico: Escala de clasificación de 7 puntos cuyos extremos están asociados con etiquetas bipolares que tienen carácter semántico.

Ejemplo:

Sears es:

Poderosa -: -: -: -: X-: -: -: Débil

Escala de Stapel: Escala para medir actitudes que consiste en un solo adjetivo en el centro de un rango de valores de números pares, de -5 a +5, sin un punto neutral (cero).

Ejemplo:

Sears Alta Calidad

<i>+5</i>	<i>-1</i>
<i>+4</i>	<i>-2X</i>
<i>+3</i>	<i>-3</i>
<i>+2X</i>	<i>-4</i>
<i>+1</i>	<i>-5</i>

DECISIONES SOBRE ESCALAS NO COMPARATIVAS DE CLASIFICACIÓN POR ÍTEM

Las decisiones se relacionan con los siguientes factores:

1. El número de categorías que se usará en la escala
2. Escala balanceada o no balanceada.
3. Número por o non de categorías
4. Elección forzada o no forzada
5. La naturaleza y el grado de la descripción verbal
6. La forma física de la escala.

Escala balanceada: Escala con un número igual de categorías favorables y desfavorables.

Escala de clasificación forzada: Escala de clasificación que obliga a los encuestados a expresar una opinión porque no ofrece la opción de “sin opinión” o “no sabe”.

Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://www.facebook.com/RESCATE-ESTUDIANTIAL-DE-ECONOMICAS)

Desarrollo De Una Escala De Reactivos Múltiples

Generar un conjunto inicial de reactivos: teoría, datos secundarios e investigación cualitativa

Seleccionar un conjunto reducido de reactivos con base en un criterio cualitativo

Recabar datos del pretest aplicado a una muestra grande

Realizar análisis estadístico

Desarrollar una escala depurada

Recabar más datos de una muestra diferente

Evaluar la confiabilidad, validez y capacidad de generalización de la escala

Preparar la escala final.

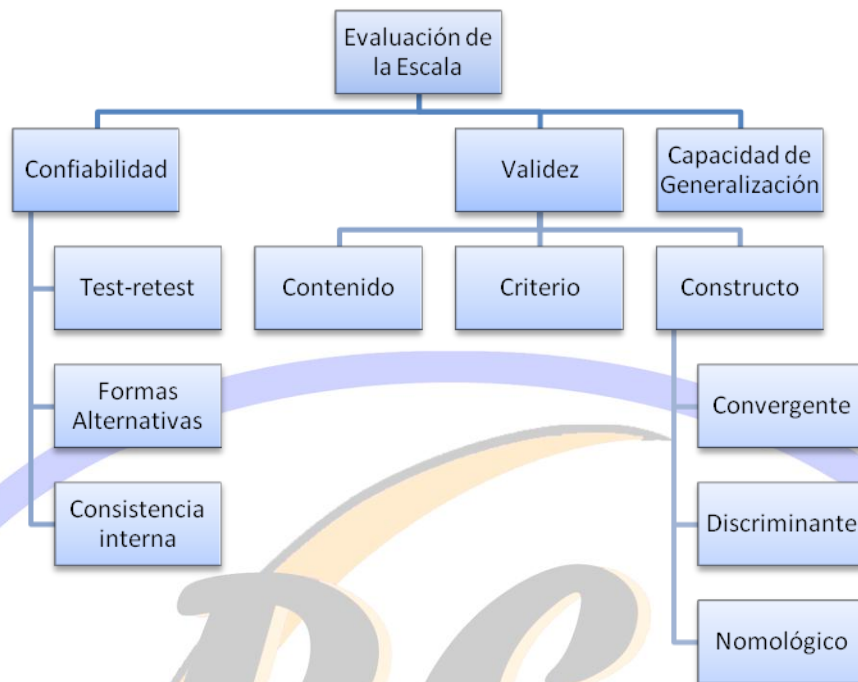
RESCATE ESTUDIANTIL

Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIL DE ECONOMICAS](https://facebook.com/RESCATE_ESTUDIANTIL_DE_ECONOMICAS)

EVALUACIÓN DE LA ESCALA: La validez se evalúa examinando la validez de contenido, validez de criterio y validez de constructo.



Exactitud de la medición: La medición no es el valor real de la característica de interés, sino una observación de la misma.

Error de medición: La variación en la información buscada por el investigador y la información generada por el proceso de medición empleado.

Modelo de clasificación verdadera: Modelo matemático que ofrece un marco para entender la exactitud de la medición.

Error sistemático: El error sistemático afecta la medición de manera constante y representa factores estables que afectan la clasificación observada de la misma manera cada vez que se hace la medición.

Error Aleatorio: Error de medición que surge de cambios aleatorios, diferencias en los encuestados o situaciones de medición.

CONFIABILIDAD: Grado en que la escala produce resultados consistentes si se realizan mediciones repetidas de la característica.

Confiabilidad test-retest: Método para evaluar la confiabilidad en que se aplica a los encuestados conjuntos idénticos de reactivos en dos momentos diferentes en condiciones tan equivalentes como sea posible.

Confiabilidad de forma alternativas: Enfoque para evaluar la confiabilidad que requiere que se construyan dos forma equivalentes de la escala y que los mismos encuestados sean medidos en dos momentos diferentes.

Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://www.facebook.com/RESCATE-ESTUDIANTIAL-DE-ECONOMICAS)

Confiabilidad de consistencia interna: Método para evaluar la consistencia interna del conjunto de reactivos cuando varios reactivos son sumados para obtener una clasificación total de la escala.

Confiabilidad de división por mitades: Forma de confiabilidad de consistencia interna en la cual los reactivos que constituyen la escala se dividen en dos mitades y se correlacionan las puntuaciones resultantes de cada mitad.

Coefficiente alfa: Medida de confiabilidad de consistencia interna que es el promedio de todos los coeficientes posibles de división por mitades que resultan de las diferentes divisiones de los reactivos de la escala.

VALIDEZ: Grado en que las diferencias en las puntuaciones obtenidas en la escala reflejan diferencias verdaderas entre los objetos en las características medidas más que errores sistemáticos o aleatorios.

Validez de contenido: Tipo de validez, llamada en ocasiones validez aparente que consiste en una evaluación subjetiva pero sistemática de la representatividad del contenido de una escala para la tarea de medición actual.

Validez del criterio: Tipo de validez que examina si la escala de medición se desempeña según lo esperado en relación con las otras variables seleccionadas como criterios significativos.

Validez del constructo: Tipo de validez que se refiere a la cuestión de qué constructo o característica mide la escala. Se intenta responder preguntas teóricas de por qué funciona una escala y qué deducciones pueden hacerse respecto a la teoría subyacente.

Validez convergente: Medida de validez del constructo que mide el grado en que la escala se correlaciona positivamente con otras medidas del mismo constructo.

Validez discriminante: Tipo de validez del constructo que evalúa el grado en que una medida no se correlaciona con otros constructos de los que se supone debe diferir.

Validez nomológica: tipo de validez que evalúa la relación entre constructos teóricos. Busca confirmar correlaciones significativas entre los constructos según lo pronosticado por la teoría.

Capacidad de generalización: Grado en que un estudio basado en una muestra se aplica a un universo de generalización.

Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://www.facebook.com/RESCATE-ESTUDIANTIAL-DE-ECONOMICAS)

CAPITULO 10

CUESTIONARIO: también llamado programa, formato para entrevista o instrumento de medición, es una técnica estructurada para recolección de datos que consiste en una serie de preguntas, orales o escritas, que responden los encuestados

PREGUNTA DOBLE: pregunta que busca cubrir dos temas, estas preguntas suelen ser confusas para los encuestados y dar lugar a respuestas ambiguas, se combinan dos o más preguntas en una. (¿Considera que coca-cola es una bebida deliciosa? Y ¿considera que coca-cola es una bebida refrescante?)

PREGUNTA DE FILTRO: pregunta al inicio del cuestionario que filtra a los encuestadores potenciales para asegurar que cumplen los requisitos de la muestra; mide familiaridad, uso del producto y experiencia; (¿Qué tan a menudo consume refrescos durante una semana normal?..... Opciones, menos de una vez a la semana, 1 a 3 veces por semana, etc.

ABREVIACION: fenómeno psicológico que tiene lugar cuando un individuo abrevia o comprime el tiempo al recordar un evento como si hubiera ocurrido mas recientemente de lo que en realidad sucedió

PREGUNTAS NO ESTRUCTURADAS: preguntas abiertas que los encuestados responden con sus propias palabras, también conocida como respuesta libre (¿Cuál es su ocupación?)

PREGUNTAS ESTRUCTURADAS: preguntas que especifican de antemano el conjunto de alternativas de respuestas y su formato. Una pregunta estructurada puede ser de opción múltiple, dicotómica o una escala

OPCION MULTIPLE: el investigado ofrece las opciones de respuestas y se pide al encuestado que seleccione una o más de las alternativas dadas.

SESGO DEL ORDEN O LA POSICION: tendencia de un encuestado a marcar una alternativa por el simple hecho de que ocupa cierta posición o esta lista en cierto orden.

PREGUNTA DICOTOMICA: pregunta estructurada con solo dos alternativas de respuestas, por ejemplo, si y no.

PREGUNTA INDUCTORA: pregunta que da al encuestado una señal de cual es la respuesta deseada o que lo lleva a contestar de cierta manera

ALTERNATIVA IMPLICITA: una alternativa que no se expresa de forma explicita (¿le gusta volar cuando viaja distancias cortas o prefiere manejar?)

INFORMACION DE CLASIFICACION: características socioeconómicas y demográficas que se utilizan para clasificar a los encuestados y comprender los resultados

Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://www.facebook.com/RESCATE-ESTUDIANTIAL-DE-ECONOMICAS)

INFORMACION DE IDENTIFICACION: tipo de información obtenida en un cuestionario que incluye nombre, dirección, dirección electrónica y número telefónico.

ENFOQUE DE EMBUDO: estrategia para el ordenamiento de las preguntas en un cuestionario donde la secuencia empieza con preguntas generales, que van seguidas por preguntas cada vez mas específicas, para impedir que estas sesguen las preguntas generales.

PREGUNTAS RAMIFICADAS: pregunta que se usa para guiar al entrevistado en una encuesta dirigiéndolo a diferentes puntos del cuestionario, dependiendo de las respuestas dadas.

CODIFICACION PREVIA: al diseñar el cuestionario, asignar un código a cada respuesta posible antes de recabar los datos, ingresados en una computadora.

PRUEBA PILOTO: probar el cuestionario en una pequeña muestra de encuestado con la finalidad de mejorarlo mediante la identificación y eliminación de problemas potenciales

CAPITULO 11

POBLACION: la suma de todos los elementos que comparten un conjunto común de características y que constituyen el universo para el propósito del problema de la investigación de mercados.

CENSO: numeración completa de los elementos de la población y objetos de estudio.

MUESTRA: subgrupo de elementos de la población seleccionado para participar en el estudio.

PROCESO DE DISEÑO DEL MUESTREO

1. DEFINICION DE LA POBLACION META

POBLACION META: conjunto de elementos u objetos que poseen la información buscada por el investigador y acerca del cual se harán inferencias.

ELEMENTO: objetos que poseen la información buscada por el investigador y sobre los cuales se harán inferencias, suele ser el encuestado.

UNIDAD DE MUESTREO: unidad básica que contiene los elementos de población de la que se tomara la muestra.

2. DETERMINACION DEL MARCO DE MUESTREO

MARCO DE MUESTREO: representación de los elementos de la población meta. Consiste en un listado o conjunto de instrucciones para identificar a la población meta.

3. ELECCION DE UNA TECNICA DE MUESTREO

TECNICA BAYESIANA: método de selección en que los elementos se seleccionan de manera secuenciada. La técnica bayesiana incorpora en forma explicita la información previa sobre los parámetros de la población, así como los costos y las probabilidades asociadas con decisiones equivocadas.

Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://www.facebook.com/RESCATE-ESTUDIANTIAL-DE-ECONOMICAS)

MUESTREO CON REEMPLAZO: técnica de muestreo en que un elemento puede incluirse en la muestra en más de una ocasión.

MUESTREO SIN REEMPLAZO: técnica de muestreo en la que no puede incluirse a un elemento en la muestra en más de una ocasión.

4. DETERMINAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA

TAMAÑO DE LA MUESTRA: numero de elementos que se incluirán en el estudio

5. REALIZACION DEL PROCESO DE MUESTREO

CLASIFICACION DE LAS TÉCNICAS DE MUESTREO

MUESTREO NO PROBABILISTICO: técnicas de muestreo que no usan procedimientos de selección al azar, sino que se basan en el juicio personal del investigador.

MUESTREO PROBABILISTICO: procedimiento de muestreo donde cada elemento de la población tiene una oportunidad probabilística fija para ser elegido en la muestra.

TECNICA DE MUESTREO NO PROBABILISTICO

MUESTREO POR CONVENIENCIA: técnica de muestreo no probabilística que busca obtener una muestra de elementos convenientes. La selección de las unidades de muestreo se deja principalmente al entrevistador.

MUESTREO POR JUICIO: forma de muestreo por conveniencia en que los elementos de la población se selecciona de forma deliberada con base en el juicio del investigador.

MUESTREO POR CUOTAS: técnica de muestreo no probabilística, que es un muestreo por juicio restringido de dos etapas. La primera etapa consiste en desarrollar categorías de control o cuotas de elementos de la población. En la segunda etapa, se seleccionan los elementos de la muestra con base en la conveniencia o el juicio.

MUESTREO DE BOLA DE NIEVE: técnica de muestreo no probabilístico en la cual se selecciona al azar al grupo inicial de encuestados. Los encuestados posteriores se seleccionan con base en las referencias o la información proporcionada por los encuestados iniciales. Este proceso puede realizarse en olas para obtener referencias de la referencias.

TÉCNICAS DE MUESTREO PROBABILISTICO

MUESTREO ALEATORIO SIMPLE (MAS): técnica de muestreo probabilístico donde cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección equitativa y conocida. Cada elemento se selecciona de manera independiente a los otros elementos y la muestra se extrae mediante un procedimiento aleatorio del marco de muestreo.

MUESTREO SISTEMATICO: técnica de muestreo probabilístico en que la muestra se elige seleccionando un punto de inicio aleatorio, para luego elegir cada n elemento en sucesión del marco de muestreo.

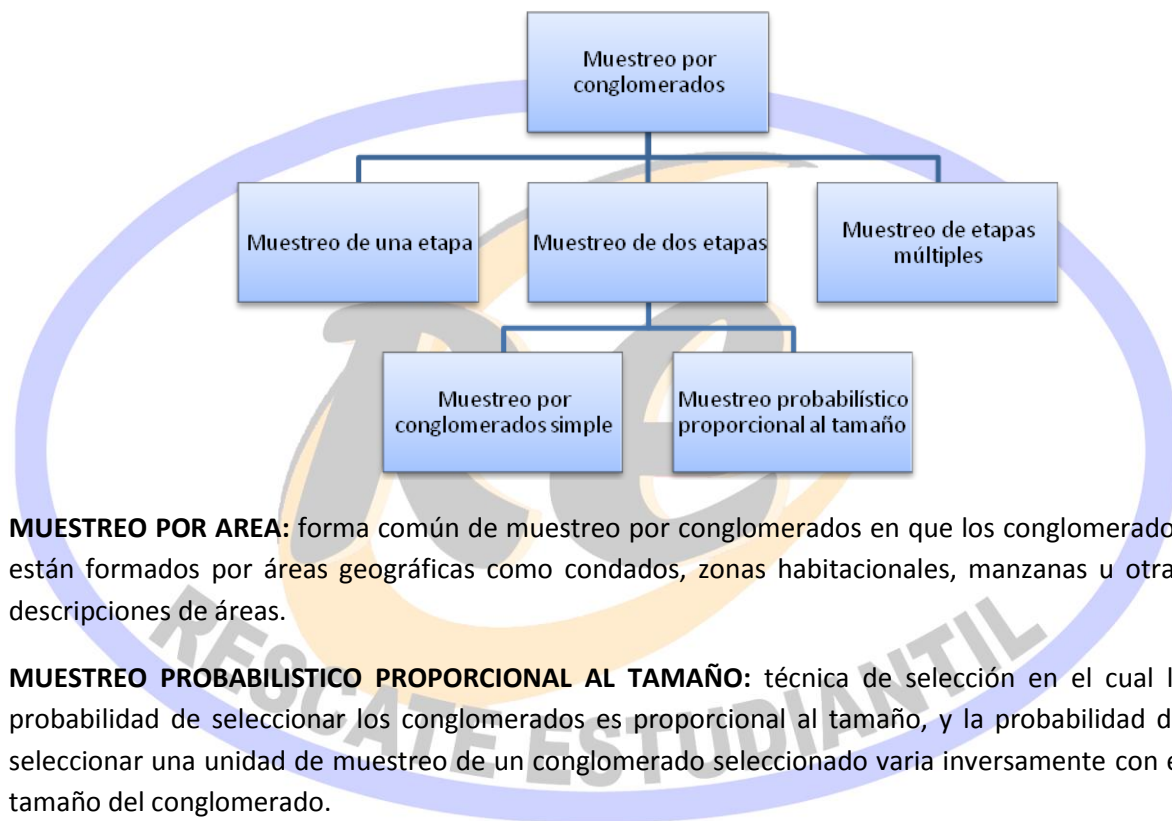
Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://www.facebook.com/RESCATE-ESTUDIANTIAL-DE-ECONOMICAS)

MUESTREO ESTRATIFICADO: técnica de muestreo probabilístico que usa un proceso de dos pasos para dividir a la población en sub.-poblaciones o estratos. Los elementos se seleccionan de cada estrato mediante un procedimiento aleatorio.

MUESTREO POR CONGLOMERADOS: primero se divide a la población meta en sub-poblaciones mutuamente excluyentes y colectivamente exhaustivas llamadas conglomerados. Luego se selecciona una muestra aleatoria de conglomerados con base en una técnica de muestreo probabilístico, como el muestreo aleatorio simple. Para cada conglomerado seleccionado se incluyen todos los elementos en la muestra o se toma una muestra de elementos de forma probabilística.



MUESTREO POR AREA: forma común de muestreo por conglomerados en que los conglomerados están formados por áreas geográficas como condados, zonas habitacionales, manzanas u otras descripciones de áreas.

MUESTREO PROBABILISTICO PROPORCIONAL AL TAMAÑO: técnica de selección en el cual la probabilidad de seleccionar los conglomerados es proporcional al tamaño, y la probabilidad de seleccionar una unidad de muestreo de un conglomerado seleccionado varía inversamente con el tamaño del conglomerado.

OTRAS TÉCNICAS

MUESTREO POR SECUENCIA: técnica de muestreo probabilístico en que los elementos de la población se muestrean en secuencia, en cada etapa se realizan la recolección y el análisis de datos, y se decide si deben muestrearse elementos adicionales de la población.

MUESTREO DOBLE: técnica de muestreo en la que ciertos elementos de la población se muestran dos veces

CAPITULO 12

PARAMETRO: es la descripción resumida de una característica o medida fija de una población meta.

ESTADISTICO: es una descripción resumida de una característica o medida de la muestra, se utiliza como una estimación del parámetro de la población.

CORRECCION DE LA POBLACION FINITA: es la corrección de la sobreestimación de la varianza del parámetro de la población.

NIVEL DE PRECISION: es el tamaño deseado del intervalo que se estima, es la máxima diferencia permitida entre el estadístico de la muestra y el parámetro de la población.

INTERVALO DE CONFIANZA: es el rango dentro del que caerá el verdadero parámetro de la población, suponiendo un determinado nivel de confianza.

NIVEL DE CONFIANZA: es la probabilidad de que un intervalo de confianza incluya el parámetro de la población.

DISTRIBUCION DEL MUESTREO: la distribución de los valores de una muestra estadística, que se calculan para cada posible muestra que se extraiga de la población meta dado un plan de muestreo específico.

INFERENCIA ESTADISTICA: el proceso de generalizar los resultados de la muestra a los resultados de la población

DISTRIBUCION NORMAL: la base para la inferencia estadística clásica que tiene forma de campana y apariencia simétrica. Sus medidas de la tendencia central son todas idénticas.

ERROR ESTANDAR: la desviación estándar de la distribución del muestreo de la media o de la proporción.

VALOR Z: el número de errores estándar a que se encuentra un punto de la media

AJUSTE DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

TASA DE INCIDENCIA: la tasa de ocurrencia de personas elegibles para participar en el estudio expresada como porcentaje.

TASA DE TERMINACION: porcentaje de los encuestados calificados que concluyen la entrevista. Permite a los investigadores considerar de antemano las negativas de personas que si califican.

SUSTITUCION: procedimiento que sustituye a quienes no responden por otros elementos del marco de muestreo que se espera respondan.

Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://www.facebook.com/RESCATE-ESTUDIANTIAL-DE-ECONOMICAS)

ANALISIS DE TENDENCIAS: método para hacer ajustes por la falta de respuesta, en el cual el investigador intenta discernir la tendencia entre los primeros y los últimos participantes. Esta tendencia se extrapola a quienes no responden para calcular su característica de interés.

PONDERACION: procedimiento estadístico que intenta considerar la falta de respuesta, mediante la asignación de valores diferenciales a los datos de acuerdo con las tasas de respuesta.

IMPUTACION: procedimiento para hacer ajustes por falta de respuesta mediante la asignación de la característica de interés a quienes no respondieron, con base en la similitud de las variables disponibles tanto para quienes no respondieron como para los que si lo hicieron.



Aporta tus sugerencias y materiales a: info@rescate-estudiantil.com

Este material se encuentra cargado en: www.rescate-estudiantil.com

Ahora búscanos en facebook: [facebook.com/RESCATE ESTUDIANTIAL DE ECONOMICAS](https://facebook.com/RESCATE_ESTUDIANTIAL_DE_ECONOMICAS)