

Avance 1

Etapa 1:

1. Selecciona una empresa de tu interés (incluso puede ser la organización en la que trabajas) y realiza lo siguiente, solicitando autorización previa:
2. Detecta un área de oportunidad o algún problema originado en la empresa y descríbela detalladamente.
3. Describe el tipo de información que requieres para la solución del problema detectado, especificando lo que buscarás obtener en el estudio de mercado.
4. Con base en el punto anterior, define las variables que contendrá tu estudio de mercado. Deben ser mínimo las siguientes:
 - a. Datos demográficos de los entrevistados: sexo, edad (abierta), colonia de residencia, empleo y años de escolaridad (abierta).
 - b. Hábitos de compra y consumo: frecuencia, lugar, cantidad.
 - c. Evaluación del producto, problema u oportunidad con al menos 10 preguntas, todas éstas en escala de Likert.
 - d. Cualquier otra que sea necesaria.
5. Diseña el instrumento de medición que contenga todas las variables anteriores.
6. Define la forma en que aplicarás las encuestas.

Criterios de evaluación

Etapa 1:

1. Adecuada selección del problema.
2. Descripción adecuada y completa de la información requerida para la solución del problema.
3. Definición correcta de variables.
4. Diseño adecuado del instrumento de medición.
5. Selección adecuada de la muestra y muestreo (forma de aplicación de encuestas).