

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL**  
**FACULTAD DE MECANICA Y CIENCIAS DE LA PRODUCCION**  
**INVESTIGACION DE MERCADOS**  
**EXAMEN FINAL**

**Prof. Ma. Elena Murrieta**

**Sep, 2010**

**Nombre:**

**A. Realizar los siguientes minicasos: (10 pts. Cada uno).-**

- 1. Analice los problemas que se relacionan con el hecho de determinar cuando y donde un fabricante de llantas para automóviles debe realizar los grupos focos para obtener retroalimentación de los clientes sobre su línea de llantas para invierno. De una breve descripción de los clientes que serian buenos candidatos para este tipo de grupo focal.**
- 2. Elabore un breve cuestionario para medir el conocimiento y las actitudes de sus compañeros de clase con respecto a los computadores laptop.**
- 3. Usted ha sido contratado por un comercializador de partes electrónicas de automóviles, para investigar el mercado para sus productos en Europa. Tentativamente, la empresa ha fijado como objetivo a SAAB y Volvo, en Suecia; Fiat, en Italia; a Renault, en Francia, y a Audit, en Alemania, como sus clientes principales. Diseñe un enfoque para el uso de los datos secundarios para ayudar a los comercializadores en la evaluación de estos mercados.**

**B. Responder si es Verdadero (V) o Falso (F).- (20 pts).**

1. Un método de recolección de datos es la entrevista personal y la observación.- ( ).
2. La carga factorial representa la correlación de las variables con cada factor.- ( ).
3. Un aspecto importante del Analisis Factorial es que las variables no son definidas por el investigador.- ( )
4. Un informe escrito de la investigación de mercado no debe indicar el método de muestreo que se uso.- ( ).
5. Tanto las técnicas Descriptivas como las Inferenciales varían según el nivel de la escala de las variables analizadas.- ( ).
6. Codificación es la asignación de símbolos numéricos a las respuestas, de acuerdo al software que procesará la información.- ( ).
7. El reclutamiento es parte del proceso administrativo en una investigación de mercado.( )
8. La obtención de la información es una etapa muy importante porque puede ser causa de errores en la investigación.( )
9. El marco muestral no es la lista de los elementos de la población objetivo.- ( ).
10. En las Técnicas Probabilísticas, las probabilidades son la base para la selección de las personas para la muestra.- ( )