



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

División Académica de Ciencias Económico Administrativas



Docente: Dra. Minerva Camacho Javier

Asignatura: Investigación de Mercados

Quinto semestre

Grupo LLM Ciclo: 02-2025

Equipo 1

Actividad:

Base de datos depurada

Integrantes:

Farid Emmanuel Alvarez Ruiz

Danna Patricia Brito Hernández

Gabriel de Jesús Camacho Carballo

Karyme Guadalupe Campos Suárez

1.-Título del estudio

Percepción de las personas hacia la marca “Santo pikete” y su preferencia en el consumo de desayunos, en villahermosa tabasco.

2.- Definición de población y universo

Personas de entre 18 y 49 años que residan en Villahermosa o sus alrededores y que cuenten con un dispositivo móvil con acceso a internet

3.-Marco muestral y fuente de datos

Personas mayores de edad cercanas al restaurante Santo Pikete en Villahermosa, Tabasco.

Fuente: Encuesta digital aplicada a 31 participantes durante septiembre-Octubre de 2025.

4.- Técnica de muestreo y justificación

Técnica: Este estudio utiliza un técnica de muestreo por conveniencia

Justificación: Se optó por el muestreo por conveniencia debido a las limitaciones de tiempo y recursos del proyecto. Esta técnica permite acceder de forma inmediata a una muestra representativa de los consumidores del entorno objetivo, facilitando el levantamiento de datos.

5- Cálculo del tamaño muestral

El objetivo de esta investigación es posicionar el restaurante "Santo Pikete" como una opción para desayunar.

Población y Parámetros

La población total (N) a la que se aplicará la encuesta es de 30 personas. Dado este número extremadamente pequeño, el método de recolección de datos más preciso y eficiente es el Censo, no el muestreo.

- Población (N): 30 personas.
- Nivel de Confianza (Z): 95%, que corresponde a un valor $Z=1.96$.
- Margen de Error (e): 5%, equivalente a 0.05.
- Proporción Esperada (Máxima Varianza): Se asume $\sigma^2=0.25$ ($p=0.5$ y $q=0.5$) para asegurar el tamaño muestral más conservador.

Tamaño Muestral Requerido

El tamaño muestral final requerido (n) es de 30 personas.

Justificación:

Al ser la población tan reducida ($N=30$), el costo y el esfuerzo de encuestar a la totalidad de las personas son mínimos. La decisión de aplicar un censo garantiza que el margen de error sea del 0% y el nivel de confianza del 100%. Esto elimina el sesgo de muestreo y asegura que los resultados obtenidos para el posicionamiento de "Santo Pikete" sean perfectamente representativos de todo el grupo objetivo.

Cálculo Estadístico (Referencial)

Para validar técnicamente la decisión, se aplica la fórmula para poblaciones finitas de Murray y Larry (2005):

$$n = \frac{e^2(N-1) + Z^2 \sigma^2}{Z^2 \sigma^2 + e^2}$$

Sustitución de Valores:

$$n = \frac{(0.05)^2 \cdot (30-1) + (1.96)^2 \cdot 0.25}{(1.96)^2 \cdot 0.25 + 0.05} \cdot 30$$

Resultado:

$$n \approx 27.89 \approx 28 \text{ encuestas}$$

El cálculo arroja un resultado de 28 encuestas, que es prácticamente la totalidad de la población. Por lo tanto, se confirma que el plan de acción más robusto es aplicar un censo a las 30 personas.

Distribución por estratos:

Estrato A: $N=10 \rightarrow n=10$

Estrato B: $N=8 \rightarrow n=8$

Estrato C: $N=12 \rightarrow n=12$

Total: 30

6.- Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión

- Residir en la ciudad de Villahermosa o en sus alrededores.
- Tener una edad comprendida entre 18 y 49 años.
- Contar con acceso a un dispositivo móvil con conexión a internet.
- Haber firmado el consentimiento informado antes de participar.

Criterios de exclusión

- No residir en la ciudad de Villahermosa.
- Ser menor de 18 años.
- No disponer de un dispositivo móvil o de acceso a internet.

7- Plan de Acceso y Procedimiento de Reclutamiento (Pasos para Censo)

- Solicitar y obtener autorización escrita de la Dirección/Autoridad pertinente para realizar la encuesta a la totalidad de la población de 30 personas.
- Obtener el listado completo del marco poblacional ($N=30$) y confirmar los datos de contacto (teléfono/WhatsApp y correo electrónico).

- Identificar y segmentar la lista de 30 personas en los estratos definidos (si los hay: A, B, C, etc.)

Nota: No se requiere selección aleatoria ni generador de números, ya que se encuestará a TODAS las personas).

- Enviar correo institucional/WhatsApp invitando a participar en la encuesta (con enlace directo) y especificando la importancia de su opinión al ser parte de un grupo pequeño.
- Realizar seguimiento telefónico o por WhatsApp de manera proactiva a TODOS los participantes que no hayan respondido en las primeras 48 horas

Nota: En poblaciones pequeñas, la meta es alcanzar el 100% de respuesta lo antes posible, sin esperar 7 o 14 días).

- Programar y aplicar los instrumentos (encuesta en línea) en un período máximo de una semana para evitar la fatiga o el olvido.
- Registrar la tasa de respuesta final y los motivos por los cuales las personas no pudieron participar, si aplica.

Nota: Dado que es un censo, no se necesita un plan de sustitución; el objetivo es obtener la respuesta de las 30 personas originales).

8.- Consideraciones éticas, permisos y plan de contingencia

El estudio se llevará a cabo con el consentimiento del empresario y de cada participante involucrado.

Antes de iniciar la recolección de datos, se solicitará el consentimiento a los encuestados, garantizando que la participación sea voluntaria.

La recolección de información se realizará por medios electrónicos.

Los datos obtenidos se almacenarán de forma segura en la misma plataforma utilizada para aplicar las encuestas.

Se asegurará el anonimato y la confidencialidad de los participantes en todo momento.

Como medida de contingencia, en caso de que se presenten dificultades, se considerará extender el periodo de recolección y reforzar la difusión del estudio a través de medios digitales alternos.

Fuentes

(S/f). Universoformulas.com. Recuperado el 9 de octubre de 2025, de [https://www.universoformulas.com/estadistica/inferencia/muestreo-conveniencia/#:~:text=El %20muestreo%20por%20conveniencia%20es,por%20ser%20sus%20amigos%2C%20etc.](https://www.universoformulas.com/estadistica/inferencia/muestreo-conveniencia/#:~:text=El%20muestreo%20por%20conveniencia%20es,por%20ser%20sus%20amigos%2C%20etc.)