

## AUTOEVALUACIÓN 2:

1.- La Asociación de enfermos de esclerosis lateral amiotrófica (ELA) de Euskadi desea realizar una investigación social sobre aquellas personas que como mínimo padecen alguno de los síntomas de esta enfermedad. En el pasado la asociación se basaba en muestras de pacientes de los servicios de salud públicos para conocer más a estas personas y estar al corriente de sus problemas; por tanto, para este grupo ya se cuenta con fichas de paciente. Pero hace tiempo que desde la gerencia se sabe que dicho colectivo es muy limitado, y que representa sólo a una fracción pequeña de todo el conjunto de personas a las que desea conocer.

Con la ayuda financiera de la Consejería de Vivienda y Asuntos Sociales, Mertxe, la nueva gerenta de la Asociación, debe realizar una investigación social que busque entre otras cuestiones obtener opiniones a partir de una muestra estadísticamente representativa de todas aquellas personas que residiendo en la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAPV), cumplen con el perfil señalado arriba.

De lo estudiado en la carrera de Empresariales, Mertxe sabe que cuenta con dos opciones en lo que a técnicas de recogida de la información se refiere: (1) hacer un estudio tipo ómnibus, o (2) hacer un estudio *ad hoc* mediante encuestas personales en el domicilio del entrevistado/a.

Con esta información **se pide:**

- a).- Siguiendo con el ejemplo, comentar qué ventajas e inconvenientes plantea cada opción en particular. En particular, si es una encuesta qué técnica de recogida en particular verías más plausible hacer.
- b).- ¿Existe alguna otra técnica más conveniente aparte de las dos citadas en el enunciado? ¿Cuál?

2.- La sociedad pública del ayuntamiento de Bilbao Lan Ekintza incluyó en el cuestionario de uno de sus estudios, donde se trataba de recoger la opinión que tenían los comerciantes sobre los cursos de formación dirigidos al pequeño comercio, la siguiente pregunta:

***Asistir a cursos de formación es para usted una práctica:***

Muy desagradable	1	2	3	4	5	Muy agradable
Nada útil	1	2	3	4	5	Muy útil
Muy mala	1	2	3	4	5	Muy buena
Nada interesante	1	2	3	4	5	Muy interesante

Indica qué tipo de escala utilizaron. ¿Qué tipo de variables se recogen? Especifica sus propiedades matemáticas o estadísticas. Rediseña la pregunta haciendo que las variables sean de tipo nominal y dicotómicas. ¿De qué manera cambian las propiedades matemáticas y estadísticas?

3.- La patronal vasca pretende realizar un estudio de investigación de mercados mediante encuestas a una muestra representativa de empresas. El tema a investigar es conocer la situación de las empresas vascas en lo referente a la implantación de procesos de calidad en su gestión. Por ejemplo, si tienen implantado un modelo EFQM,

ISO o similar en la empresa y si para ciertas tareas ponen en práctica determinados procesos que en teoría se asume que son correctos para alcanzar sus objetivos a largo plazo de la empresa (supervivencia a l/p, beneficios, etc).

Por ello, deciden encargar un estudio cuantitativo en los tres territorios históricos, donde se deberá poder hacer una descripción real y precisa dependiendo del tamaño de las empresas (4 tamaños según nº empleados) y del Territorio Histórico. Así mismo, interesa registrar a cada empresa entrevistada datos de identificación tales como el sector (primario, secundario y servicios), la forma jurídica (SA, SL, Scoop. y Otros) y si es empresa familiar o no.

El instituto de investigación encargado del trabajo decide comprar un listado de todas las empresas de la Comunidad Autónoma del País Vasco, pero se encuentra que no es fácil dar con una relación exacta y actualizada para el caso de las SL y las cooperativas.

Con esta información, se pide:

- a).- Proponer una técnica de recogida de información adecuada y una técnica o combinación de técnicas de muestreo apropiadas para tal fin. Supón que el tiempo y el dinero no son un condicionante del estudio empírico, aunque tampoco resultaría viable de ninguna manera hacer un censo.
- b).- Define en este ejemplo cuáles son: la población, el marco de la muestra, el elemento y la unidad muestral.

**4.-** *Las relaciones con los clientes no están simplemente ahí; hay que ganárselas.* Esta frase de Grönroos hace alusión a lo que llama como *ciclo de vida de la relación*, el cual presenta una sucesión de etapas cargadas con interacciones clave para la relación, denominadas *momentos de la verdad*. Supón que un concesionario de vehículos de una marca concreta tiene actualizada una base de datos de sus clientes del servicio de taller. ¿Con qué parámetros puede esta empresa ‘jugar’ si desea discriminar positivamente a sus mejores clientes y ofrecerles un premio, como por ejemplo, una revisión con cambio de aceite, agua de radiador y lavado de coche gratis?