

TALLER 01

Para los siguientes casos determine:

- a) Población
 - b) Individuo
 - c) ¿Se requiere muestra? (si/no)
 - d) Tamaño de la muestra (si aplica).
-
1. Una empresa de zapatos deportivos quiere estudiar las preferencias de compra de los jóvenes entre 18 y 25 años en Bogotá.
 2. Un supermercado desea analizar los hábitos de compra de sus clientes frecuentes (aquellos que compran al menos 3 veces al mes).
 3. Una consultora de marketing digital necesita evaluar la satisfacción de 500 empresas clientes con sus servicios.
 4. Una franquicia de comida rápida quiere conocer la opinión de los estudiantes universitarios en Lima sobre su nuevo menú saludable.
 5. Un banco necesita estudiar el perfil crediticio de sus 10,000 clientes con préstamos hipotecarios.
 6. Una empresa de e-commerce desea analizar el comportamiento de compra online de mujeres entre 30 y 50 años en Argentina.
 7. Un fabricante de bebidas energéticas quiere evaluar la aceptación de su nuevo sabor entre deportistas amateur en México.
 8. Una aerolínea desea medir la satisfacción de los pasajeros de vuelos internacionales en el último trimestre.
 9. Una cadena de tiendas de ropa necesita investigar las preferencias de moda en adolescentes de 13 a 18 años en Santiago de Chile.
 10. Una empresa de software quiere conocer la opinión de los gerentes de TI en empresas medianas de Colombia sobre su nuevo producto.

Nota: En cada caso, el estudiante deberá definir si es necesario usar una muestra (por ejemplo, si la población es muy grande o de difícil acceso).