



Supernota

**MERCADOTECNIA
NUTRICIONAL**

UNIDAD IV

ALUMNO: SERGIO DANIEL GÓMEZ ESPINOZA

DOCENTE: AGUILAR MORALES ALEJANDRO

28/03/2025

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Fuentes de Información

Mercadotecnia



Las fuentes de información son aquellos instrumentos de los que puede obtenerse la información necesaria para efectivar la investigación comercial o estudio de mercado

En las investigaciones comerciales las fuentes de información externas son las más importantes para la obtención útiles pueden ser de dos tipos:

- Datos primarios: son los datos originales reunido especiales
- Datos secundarios: datos recogidos previamente con algún otro propósito

Fuentes primarias

Gran parte de la información necesaria para realizar un estudio de mercado se obtiene a través de las fuentes primarias, más concretamente de las fuentes primarias externas.



La encuesta

Constituye e método de recogida de info más utilizado. Se realiza a través e un cuestionario por lo que es vital conocer las reglas básicas para confeccionarlo



La encuesta personal

Consiste en un encuentro con una persona a iniciativas del entrevistador, con el objeto de recoger cierta información a través de la complementación de un cuestionario.



La encuesta telefónica

Consiste en una conversación telefónica con la persona de la que se obtiene la inforamción. La conversación girará en torno al cuestionario, debiendo el entrevistador anotar las correspondientes respuestas.



La encuesta postal

Consiste en enviar por correo un cuestionario a una serie de personas, debiendo estas devolverlo también por correo, una vez que lo hayan completado,



Los paneles

El panel es una muestra de personas que pertenecen a un colectivo del que se quiere extraer la información.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

• Antología de la UDS de México. (2025). Mercadotecnia nutricional.