



MERCADOTECNIA NUTRICIONAL



Alumnas: Jazmín Bernabé Galicia
Profesor: Alejandro Aguilar Morales.
Nutrición 8° cuatrimestre.
Trabajo: Infografía.
Fecha: 29 de marzo de 2025

FUENTES DE INFORMACIÓN DE MERCADOTECNIA

son aquellos instrumentos de los que puede obtenerse la información necesaria para efectuar la investigación comercial o estudio de mercado.

las fuentes de información externas son las más importantes para la obtención de datos útiles



Datos primarios: son los datos originales reunidos especialmente para el estudio en cuestión.

Datos secundarios: son aquellos datos recogidos previamente con algún otro propósito.



Gran parte de la información para un estudio de mercado proviene de fuentes primarias externas.



La encuesta puede hacerse en persona, por teléfono, o por correo. Algunas empresas ahora utilizan Internet para encuestar a sus clientes potenciales.



La encuesta personal es un encuentro, iniciado por el entrevistador, para recopilar información mediante un cuestionario.



La encuesta postal implica enviar un cuestionario por correo a un grupo de personas, quienes deben devolverlo completado por el mismo medio.



La encuesta telefónica es una conversación por teléfono para obtener información de una persona.

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



Los datos de la información son registrados por las personas que forman el panel, normalmente a través de cuestionarios.

LA OBSERVACIÓN es un método que obtiene información mediante la observación directa de las acciones de una persona.



Es muy útil a la hora de recoger información específica, tal como el comportamiento de un consumidor en un establecimiento

La experimentación puede incluir un mercado simulado donde un grupo de voluntarios en una zona geográfica específica replica las condiciones del mercado real.



De esta manera, se puede obtener información directa sobre las preferencias de las personas a través de sus acciones en un mercado simulado.

BIBLIOGRAFÍA:

*Universidad del Sureste. (2025). Antología de Mercadotecnia
nutricional [Archivo PDF].*