

Alumna: Yadira Guadalupe Morales
Ramírez.

Escuela. Universidad Del Sureste
"UDS".

Nombre del profesor. Aguilar Morales
Alejandro

Nombre de la actividad. Súper nota de
Mercadotecnia nutricional

Octavo Cuatrimestre, grupo A.

Lugar y Fecha. Comitán de Domínguez,
Chiapas. Marzo de 2025.

INVESTIGACIÓN MERCADOLÓGICA

4.1 FUENTES DE INFORMACIÓN DE LA MERCADOTECNIA

Las fuentes de información son instrumentos de donde se obtiene información



Datos primarios son datos originales reunidos para el estudio



Datos secundarios son datos recogidos con algún otro propósito



Fuentes primarias

Acá se obtiene la información necesaria para realizar un estudio de mercado

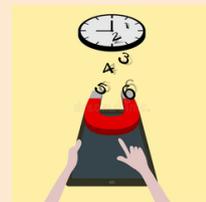
La encuesta es el método de recolección de datos más usados



Encuesta personal

Ventaja. Se evita la influencia de terceras personas

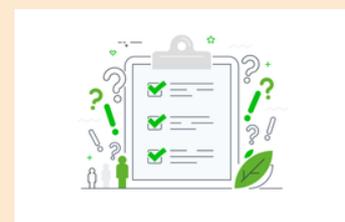
Inconveniente. Consume mucho tiempo



Encuesta telefónica

Ventaja. Se obtiene información más rápida

Inconveniente. El cuestionario tiene que ser corto



Encuesta postal



Ventaja. Método económico



Inconveniente. No puede contener muchas preguntas



PANELES

Muestra de personas que pertenecen a un colectivo



Ventaja. Permite conocer con precisión el comportamiento de un colectivo



Inconveniente. La información es fundamentalmente cuantitativa



OBSERVACIÓN

Permite obtener información a través de la observación directa



Ventaja. La persona no sabe que esta siendo observada



Inconveniente. Puede ser costosa



EXPERIMENTACIÓN

Se obtiene información directa sobre preferencias de estas personas



Ventaja. Se puede modificar el producto o publicidad



Inconveniente. Es una técnica cara



Bibliografía

- Antología de la Universidad Del Sureste (UDS) del año 2025 De Mercadotecnia Nutricional