



**Nombre de alumno: Ámbar Ivette López  
Suaznávar.**

**Nombre del profesor: Lic. Alejandro Aguilar  
morales.**

**Nombre del tema: 4.1, 4.2 y 4.3.**

**Parcial: 4.**

**Nombre de la materia: Investigación de  
Mercados.**

**Nombre de la licenciatura: Administración y  
Estrategia de Negocios.**

**Cuatrimestre: 6to.**

# OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

## 4.1 Métodos de recolección de datos.

Son los distintos tipos de procesos sistemáticos para recabar información de fuentes relevantes con el fin de encontrar respuestas a los problemas de investigación.



### Relevancia:

La información se adapta a las necesidades de los responsables de marketing y puede aplicarse en la organización para aportar soluciones a las situaciones planteadas.

### calidad:

La información es exacta, valida y fiable, porque representa la realidad de una situación dada en la organización.



### Oportunidad:

La información debe de presentarse en el momento que sea necesario para la organización y de forma actualizada.



### Totalidad:

La información tiene que estar completa respecto a todos los aspectos de decisión que incumben a los responsables de marketing



## 4.2 Clasificación de las fuentes de información.

¿Que son las fuentes de información?

Son documentos que se consultan para obtener datos de un tema sobre el que se quiere saber más.

### Tipos de fuentes de información:

**Fuentes primarias:** Son las más cercanas al evento que se investiga, es decir, con la menor cantidad posible de intermediaciones.



### Fuentes secundarias:

Son las que se basan en las primarias y las sintetizan, analizan, interpretan o evalúan.

### Fuentes terciarias:

Son las que recopilan y comentan las fuentes primarias y/o secundarias, y por lo tanto son una lectura mixta de testimonios e interpretaciones.



# unidad 4

## **OBTENCION DE LA INFORMACIÓN**

### **Ejemplo de fuente primaria:**

- Dar un testimonio.



### **Ejemplo de fuente terciaria:**

- Algunos documentos.



### **Ejemplo de fuente secundaria:**

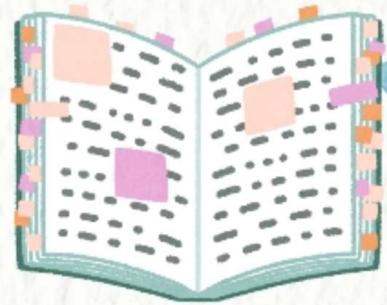
- Las entrevistas.
- Fotografías.

# UNIDAD 4

## OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

### 4.3 El cuestionario:

Es una herramienta de investigación que recopila información a través de una serie de preguntas, ya sean abiertas o cerradas, para obtener datos cuantitativos o cualitativos.



### Sus aplicaciones:

Estos instrumentos pueden ser aplicados en diversos contextos, como estudios de mercado, evaluaciones de satisfacción del cliente o investigaciones académicas.



### Tipos de preguntas en un cuestionario:

- **Preguntas abiertas:** Permiten al encuestado desarrollar sus respuestas de forma libre, ofreciendo mayor profundidad y detalles.



- **Preguntas cerradas:** Presentan opciones de respuesta predefinidas, facilitando el análisis de datos y la comparación entre encuestados.

## UDS ANTOLOGIAS 2025