

CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD · 1.º · LPS · UNIDAD 1

Fuentes de información y normas del lanzamiento

Fuentes internas y externas, primarias y secundarias, fiabilidad, fases del lanzamiento y normas de nombre, etiqueta y precio

PARA EMPEZAR

En esta unidad aprenderás a...

- Clasificar las fuentes de información de un lanzamiento (internas y externas, primarias y secundarias) y decir qué aporta cada una.
- Reunir información del mercado, del entorno y de la competencia con un presupuesto de información limitado.
- Situar la información que necesitas en las fases de creación y de lanzamiento de un producto.
- Interpretar las normas que afectan al producto, al servicio y a la marca: etiqueta, precio, publicidad y registro.
- Valorar la fiabilidad de un dato y escribir qué permite y qué no permite concluir.

SITUACIÓN DE PARTIDA · CASO FICTICIO

Una situación de partida



Martes 2 de febrero de 2027. Ayer, lunes 1 de febrero, abrió en la calle comercial una panadería-cafetería de cadena con desayunos. Nora decide estudiar una línea propia de desayuno: una **granola del obrador**, que Olvido horniearía cada semana. Antes de gastar un euro en tarros y etiquetas, encarga a tu equipo de análisis la información ordenada para el jueves 4 de febrero.

❓ **Con lo que ya hay en la tienda (tiques, tarjeta, lista de correo, libreta), ¿puedes saber qué desayunan las personas que todavía no entran? ¿Qué te falta?**

❓ **Si una web dice que «la granola vende cada año más», ¿qué tres cosas necesitas saber de ese dato antes de enseñárselo a Nora?**

❓ **¿Por qué no basta con que a Olvido le guste el nombre «Primera Hora» para imprimir dos mil etiquetas?**

MAPA DE LA UNIDAD

Lo que vamos a ver

- **1.1** Fuentes internas y externas
- **1.2** Fuentes del mercado, el entorno y la competencia
- **1.3** Fases de creación y lanzamiento de un producto
- **1.4** Normas del producto, el servicio y la marca
- **1.5** Fiabilidad y límites de la información

Las cuatro fuentes internas de La Despensa

CÓDIGO	FUENTE	LÍMITE
F01	Tiques de caja de enero	No dicen quién compra sin tarjeta
F02	Tarjeta de cliente	Solo quien la usa
F03	Lista de correo	Mide interés en recibir correo, no en comprar
F04	Sugerencias del mostrador	Voces sueltas, no una muestra

CLAVE

Interna no significa completa: habla de quien ya compra.

Primaria o secundaria

Primaria

- Se recoge para este fin
- Encuesta propia, cata con fichas
- Cubre lo que nadie midió

VS

Secundaria

- Alguien la recogió antes
- Tiques de enero, informe sectorial
- Más barata, con otro propósito

CLAVE

La clasificación interna o externa se cruza con esta.

Presupuesto de información

El informe de 180,00 € cubre la pregunta del mercado.



Caso resuelto de La Despensa de Nora (02/02/2027).

CLAVE

Una fuente de pago se elige si cubre lo que nada gratuito cubre.

Planificar hacia atrás

1 → 2 → 3 → 4 → 5

1 Salida
Lunes 19/04/2027.

2 Montaje
Viernes 16/04.

3 Material
Miércoles 14/04.

4 Formación
09/04 y 12/04.

5 Holgura
Un margen entre pasos.

CLAVE
Si un paso no llega a tiempo, se mueve toda la cadena.

Ficha normativa de «Primera Hora»

FRENTE	DECISIÓN EN EL CASO
Nombre y marca	Consulta previa del registro antes de imprimir
Etiqueta	Avena (gluten) y almendra resaltadas; 350 g
Precio	6,60 € y 18,86 €/kg en el mismo campo visual
Publicidad	Sin «sana», «adelgaza» ni «sin gluten»

CLAVE

Cada línea de la etiqueta responde a una norma.

Cinco preguntas ante un dato

1. **Quién**
   Publica y con qué interés.
2. **Cómo**
   Método, tamaño, selección.
3. **Cuándo**
   Fecha de los datos.
4. **A quién**
   Ámbito y población.
5. **Contraste**
   Si otra fuente lo confirma.

CLAVE

Sin fecha, autor y ámbito: «origen no localizado», solo una pista.

CASO RESUELTO · PASO A PASO

Caso · Tres hojas, tres cifras



Nora

Tres hojas con tres cifras distintas: ¿cuál es la buena?

1. **Adrián** Cuentan cosas distintas: falta de dónde sale cada dato.
2. **Ficha** Fuente, fecha de los datos y de consulta, ámbito.
3. **Fiabilidad** Alta, media o baja con una regla escrita.
4. **Decisión** Se comparan solo las que tienen ficha.

✔ **Un dato entra en el expediente con su fuente, su fecha y su límite.**

🙋 PREGUNTA PARA LA CLASE

¿Cuánto cuesta el kilo de un tarro de 350 g a 6,60 € con IVA?

A 16,50 €/kg

B 18,86 €/kg

C 20,00 €/kg

✔️ 6,60 ÷ 0,350 = 18,86 €/kg.

REPASO

Ideas clave

- **Fuentes internas y externas.** Interna no significa completa. Una fuente interna suele ser la más barata y la más cercana, pero habla sobre todo de quien ya compra o ya ha contactado. Una decisión de lanzamiento necesita siempre, además, al menos una fuente que hable de quien todavía no compra.
- **Fuentes del mercado, el entorno y la competencia.** Mercado. Es el conjunto de personas que compran o podrían comprar el producto.
- **Fases de creación y lanzamiento de un producto.** Lanzar es planificar hacia atrás. Se parte de la fecha de salida (lunes 19/04/2027) y se retroceden los pasos: montaje el viernes 16/04, material el miércoles 14/04, formación el 09/04 y el 12/04. Si un paso no llega a tiempo, se mueve toda la cadena, no solo ese paso.
- **Normas del producto, el servicio y la marca.** Cuatro frentes normativos. Un lanzamiento choca con la norma en cuatro sitios: el nombre y la marca, la etiqueta del producto, el precio y la publicidad.
- **Fiabilidad y límites de la información.** Un dato, una fecha, una fuente. Un dato entra en el expediente con su fuente, la fecha a la que se refiere, la fecha de consulta, su ámbito y su fiabilidad. Si falta alguno de los cinco, se anota «origen no localizado» y el dato solo vale como pista.

PARA TERMINAR

Para pensar

1. ¿Qué fuente externa añadirías a las cuatro que ya tiene La Despensa y por qué?
2. ¿Qué le dirías a Nora de un dato sin autor, fecha ni ámbito?
3. ¿Qué decisión de etiqueta o de nombre tomarías antes de imprimir?



¡Ahora te toca a ti!

Repasa, practica y comprueba lo que has aprendido.

📝 **Resumen**

✅ **Test**

👆 **Interactivos**

Libro, presentaciones, resúmenes y tests gratis en **josesande.com**