

# unidad 3

## sistema de información

conjunto de elementos, instrumentos y procedimientos para obtener, registrar y analizar datos, con el fin de transformarlos en información útil para tomar decisiones de mercadotecnia.

implica diseñar un sistema para el acceso a las fuentes de información y la recolección de datos.

Los componentes que forman un sistema de comunicación son

la entrada: por donde se alimentan los datos,  
el proceso: uso de las herramientas de las áreas contempladas para relacionar, resumir o concluir,  
la salida: refleja la producción de la información, y  
la retroalimentación: los resultados obtenidos son ingresados y procesados nuevamente

## investigación comercial.

contribuye a los procesos de generación, análisis, almacenamiento y distribución de la información que sirve para la toma de decisiones ante situaciones específicas

Observar el comportamiento y hábitos de los consumidores.  
Analizar productos.  
Realizar estudios de mercado.  
Estudiar la comunicación entre las empresas y los consumidores.

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Investigación de mercados

Aldo irecta

Mapa conceptual

CARLOS MANUEL AGUILAR  
HIDALGO