

**Nombre del alumno: Ayla Ebed  
Zacarías Bartolón**

**Nombre del profesor: Yaneth del  
Rocío Espinosa Espinosa**

**Nombre del trabajo: Super nota**

**Materia: Mercadotecnia nutricional**

**Grado: 8 cuatrimestre**

**Grupo: A**

# Investigación mercadológica

## Fuentes de información de mercadotecnia

Un sistema de información puede definirse como un 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



## Investigación de mercados

El término investigación de mercados se utiliza muchas veces como sinónimo de investigación comercial. Sin embargo, este último es más amplio y preciso, dado que comprende la investigación de cualquier problema de mercadotecnia, con independencia de que se estudie o no un mercado.



## Estudio del comportamiento del consumidor

La realización de una investigación en mercadotecnia supone llevar a cabo una serie de fases secuenciales que pueden agruparse en las cuatro siguientes:

- determinar el problema a investigar
- Elegir el tipo de investigación
- Especificación de la hipótesis
- Sistema de variables



## Obtención de la información

- fuentes de información
- encuestas
- cuestionario
- la muestra
- tamaño de la muestra
- recolección de datos



## La competencia

El análisis de la competencia, tanto actual como potencial, requiere tener una información constante y permanente sobre la misma, para poder evaluar sus puntos fuertes y débiles que puedan constituir oportunidades o amenazas para la empresa.



(UDS, 2023)

## Bibliografía

UDS. (28 de ENERO-ABRIL de 2023). *INVESTIGACION MERCADOLOGICA* . Obtenido de ANTOLOGIA MERCADOTECNIA NUTRICIONAL :  
<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LNU/c059d79f85ea8f1f9d9020a9a28c4bca-LC-LNU801.pdf>