



**Mercadotecnia**

**Andrea Altuzar Villatoro**

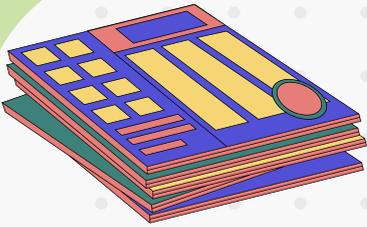
**Grado y grupo: 8A**

**Numero de lista: 1**

**Actividad: cuadro sinóptico de la 4  
unidad**

**Fecha: 6 de abril 2024**

# Fuentes de información de mercadotecnia



son aquellos instrumentos de los que puede obtenerse la información necesaria para efectuar la investigación comercial o estudio de mercado.



busca lograr la recopilación de datos relevante al proceso de marketing, la actualización de información de la empresa y brindar diversidad.

## Investigación de mercados

es la herramienta para la identificación, acopio, análisis, difusión sistemático de la información de mercados con el fin de mejorar la toma de decisiones estratégicas.



# Estudio del Comportamiento del consumidor

Análisis de los diferentes factores que influyen en la conducta de una persona o grupo de personas, al momento de realizar la compra de un producto o servicio.



Estilo de vida



Facilidad de pago



Regalos



Ofertas

## La competencia

Conjunto de compañías que coinciden en un mismo nicho del mercado u ofrecen productos similares.



Costos



Materias primas



Calidad



Publicidad



# **Bibliografía**

**Universidad del Sureste, Uds. Antología de  
mercadotecnia nutricional, unidad 4.  
Recuperado el 6 de abril del 2024.**