



**NOMBRE DEL ALUMNO: SYLVIA MILETH  
GUTIERREZ CITALAN**

**TEMA : SUPER NOTA UNIDAD 4**

**MATERIA : MERCADOTECNIA NUTRICIONAL**

**NOMBRE DEL PROFESOR: DANIELA MONSERRAT  
MENDEZ GUILLEN**

**LICENCIATURA EN NUTRICIÓN**

**OCTAVO CUATRIMESTRE**

**COMITÁN DE DOMÍNGUEZ CHIAPAS  
4 DE ABRIL DEL 2024**

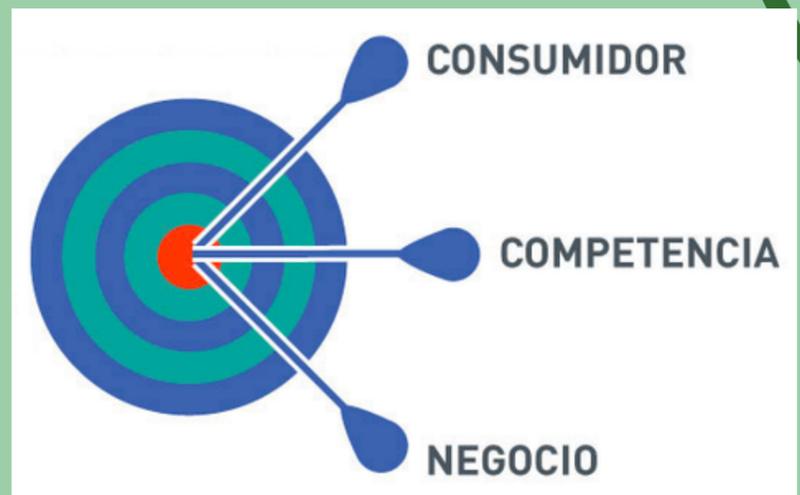
# INVESTIGACION MERCADOLÓGICA

## FUENTES DE INFORMACIÓN DE MERCADOTECNIA

- Conjunto de elementos, instrumentos y procedimientos para obtener, registrar y analizar datos.
- útil para tomar decisiones de mercadotecnia



- Diseñar un sistema para el acceso a las fuentes de información y la recolección de datos.
- Obtenido los datos, el sistema de información debe contar con los mecanismos necesarios para la incorporación de los mismos a la base de datos de la organización



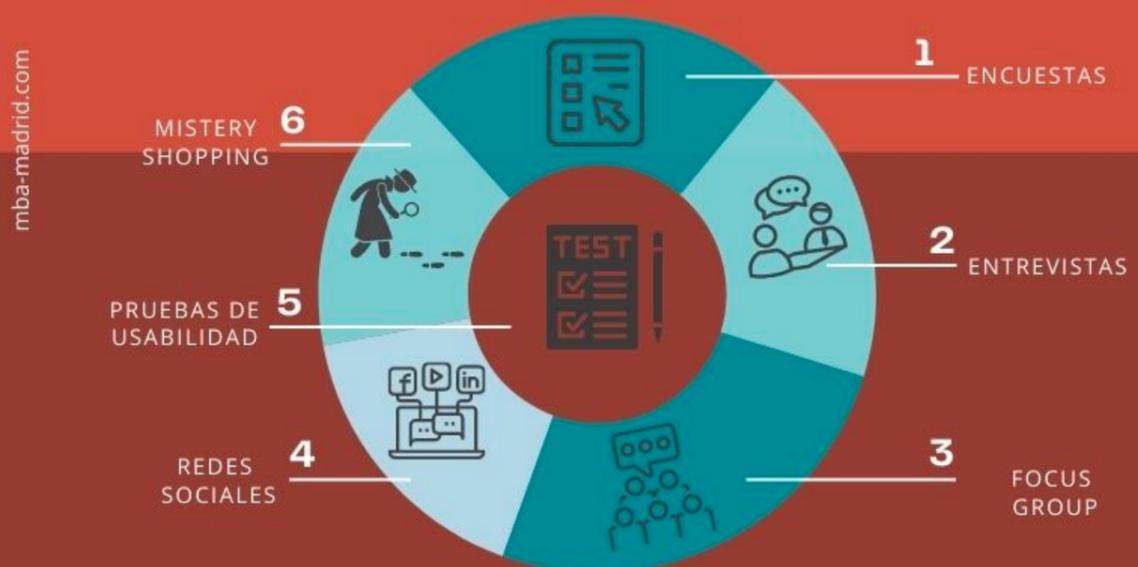
## INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

- La búsqueda y análisis sistemático y objetivo de la información relevante para la identificación y solución de cualquier problema en el campo de la mercadotecnia.

### REQUISITOS

- Reducir la incertidumbre.
- Ser susceptible de influir en la decisión.
- Justificar su costo.

## Técnicas de Investigación de Mercados



# ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- Generales
- Investigaciones sobre el producto
- Investigaciones sobre el precio
- Investigaciones sobre distribución
- Investigación sobre ventas
- Investigaciones sobre publicidad y relaciones públicas



## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1. Determinar el problema a investigar
2. Elegir el tipo de investigación
3. Especificación de la hipótesis
4. Sistema de variable

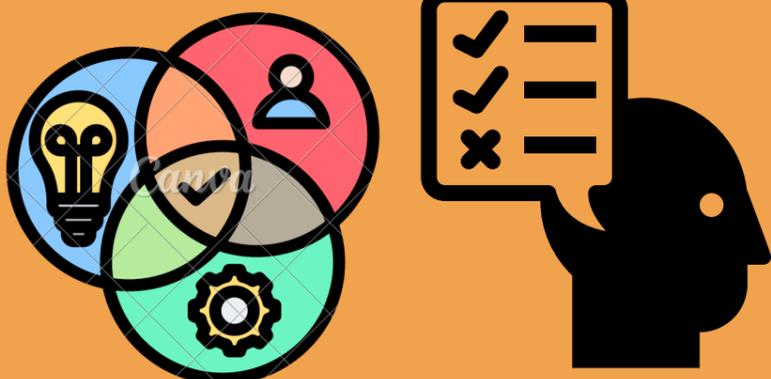


## TIPOS DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

- Estudios exploratorios
- Estudios descriptivos o correlacionales
- Estudios experimentales o causales

## LA COMPETENCIA

- Conocer, sobre todo, el efecto que tienen las decisiones de la competencia en la estrategia comercial y en los resultados de la propia empresa. Los competidores actúan como restricciones en el diseño de la estrategia de mercadotecnia.
- Se ha llegado a determinar una serie de principios básicos sobre la competencia



- **Expansión del mercado:** Por modificación de los límites territoriales.
- **Expansión del producto:** Cualquier empresa que dispone de alguna ventaja competitiva, puede ampliar su oferta.
- **Integración hacia atrás:** Los clientes son competidores potenciales.
- **Integración hacia adelante:** Los proveedores también pueden convertirse en competidores.