

Tema:	Estrategias de mercado basadas en el comportamiento del consumidor
-------	---

Ficha de la fuente de información.	
No.1	<i>Fuente original.</i> Google
Palabras claves. Comportamiento del consumidor, estrategias de mercado, influencia, segmentación, personalización.	
Referencia APA. Powerplan. (2024). Estrategias de mercado impulsadas por el comportamiento del consumidor. https://powerplan.es/estrategias-de-mercado-basadas-en-el-comportamiento-del-consumidor/	
RESUMEN	
El documento explica cómo las empresas utilizan el conocimiento profundo del comportamiento del consumidor para desarrollar estrategias que se conecten emocionalmente con el público. Estas estrategias incluyen la apelación a emociones como la nostalgia, la escasez de productos para crear urgencia, recomendaciones sociales y la personalización de mensajes y ofertas. Se destaca que entender estos factores no solo permite aumentar las ventas, sino también fortalecer la lealtad y relación a largo plazo con el cliente.	

Texto
"Las estrategias de influencia en el comportamiento del consumidor se basan en la comprensión profunda de las motivaciones humanas. Estas tácticas buscan conectarse emocionalmente con el público, utilizando mensajes que resuenen con sus deseos y necesidades."

Prontuario

Las tácticas basadas en el comportamiento del consumidor son fundamentales para que las empresas diseñen campañas más efectivas y alineadas con las expectativas del mercado actual, asegurando competitividad y sostenibilidad. vínculo emocional, la actitud favorable hacia el anuncio y la memorización de la marca tienen un peso mayor en la decisión de compra.

Tema:	Investigación de oportunidades de mercado
-------	---

Ficha de la fuente de información.	
No.1	<i>Fuente original.</i> Google
Palabras claves. Oportunidades de mercado, investigación, análisis de tendencias, gestión de riesgos, competitividad.	
Referencia APA. Sis Internacional. (2025). Investigación de oportunidades de mercado. https://www.sisinternational.com/es/soluciones/consultoria-estrategica/investigacion-de-oportunidades-de-mercado/	
La investigación de oportunidades de mercado es un proceso sistemático para identificar áreas potenciales para el crecimiento empresarial. Incluye análisis de tendencias, dimensionamiento de mercados, escaneo regulatorio y evaluación de riesgos. Se enfatiza la importancia de realizar esta investigación para anticipar tendencias, mejorar la toma de decisiones estratégicas y mantener una ventaja competitiva mediante una gestión informada del mercado.	

Texto
"La investigación de oportunidades de mercado ayuda a las empresas a identificar nuevas áreas de expansión... y proporciona previsión sobre las tendencias emergentes, lo que permite a las empresas posicionarse de manera efectiva para capitalizar estas tendencias."
Prontuario
La capacidad de identificar y analizar oportunidades de mercado permite a las empresas innovar, gestionar riesgos y asignar recursos de forma óptima, asegurando su crecimiento y sostenibilidad en entornos cambiantes.