

# REFERENCIAS

- Aquino, V. et al. (2022). Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos. Instituto Superior Pedagógico Público Manuel González Prada. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/602244909/TECNICAS-E-INSTRUMENTOS-DE-RECOLECCION-DE-DATOS-2022>
- Bashin, Hitesh. (2024). Entorno político: significado, ejemplos y análisis PEST (ELI). Marketing 91. Recuperado de: <https://www.marketing91.com/political-environment/>
- Boada, Antonio José. (2017). Sistema de proyección de la demanda. Caso práctico de predicción automatizada en empresas de venta por catálogo. Revista Perspectiva Empresarial. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/6722/672271530002.pdf>
- Bustamante, Juan Carlos. (2025). Guía de herramientas para un análisis de mercado completo. EGADE Insights. Recuperado de: <https://blog.egade.tec.mx/herramientas-analisis-de-mercado-completo>
- Coursera Staff. (2023). Análisis de mercado: Qué es y cómo hacerlo. Coursera. Recuperado de: <https://acortar.link/VIHBh5>
- Dillman, D. et al. (2014, cuarta edición). Internet, Phone, Mail, and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method. Estados Unidos. Wiley. Recuperado de: [https://books.google.co.zw/books?id=fhQNBAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.zw/books?id=fhQNBAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Galeano, Susana. (2020). Mercadotecnia en México: conoce las necesidades de tu mercado meta. Marketing4eCommerce. Recuperado de: <https://marketing4ecommerce.mx/mercadotecnia-en-mexico-conoce-las-necesidades-de-tu-mercado-meta/>
- Gobierno de México. (2026). ¿PORQUÉ MÉXICO?. Gobierno de México. Recuperado de: <https://www.proyectosmexico.gob.mx/por-que-invertir-en-mexico/economia-solida/destino-de-inversion/>
- Khalid, S. (2024). Cómo elegir una técnica de muestreo y determinar el tamaño de la muestra para la investigación: Una guía simplificada para investigadores. Elsevier.

Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772906024005089?via%3Dihub>

Kotabe, M; Helsen, K. (2020, octava edición). Gestión de Marketing Global. Estados Unidos. Wiley. Recuperado de: <https://studentebookhub.com/wp-content/uploads/2024/preview/9781119563112.pdf>

Kotler, P; Armstrong, G. (2012, decimocuarta edición). Marketing. México. Pearson.

Kotler, P; Armstrong, G. (2013, onceava edición). Fundamentos de Marketing. México. Pearson. Recuperado de: [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)

Kotler, P; Keller, K. (2006, decimosegunda edición). Dirección de Marketing. México, Pearson. Recuperado de: <https://studylib.net/doc/27904771/libro-direccion-de-marketing-kotler-keller-2006->

Kotler, P; Keller, K. (2012, catorceava edición). Dirección de Marketing. México. Pearson. Recuperado de: <https://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>

Kotler, P. y Keller, K. (2016, decimoquinta edición). Dirección de marketing. México. Pearson. Recuperado de: [https://www.academia.edu/37145555/Direcci%C3%B3n\\_en\\_Marketing\\_Kotler\\_y\\_Keller\\_1\\_5va\\_edici%C3%B3n?auto=download](https://www.academia.edu/37145555/Direcci%C3%B3n_en_Marketing_Kotler_y_Keller_1_5va_edici%C3%B3n?auto=download)

Kotler, P., Armstrong, G. (2017, octava edición). Fundamentos de Marketing. México. Pearson. Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/1P9BNfc-7POEd51fVAEUHIVop3yqEWj5f/view>

Li, Yuchen. (2025). La aplicación y la práctica del análisis empresarial en la previsión del mercado. Atlantis Press. Recuperado de: [https://www.atlantispress.com/proceedings/cdems-25/126012784?utm\\_source](https://www.atlantispress.com/proceedings/cdems-25/126012784?utm_source)

Malhotra, Naresh. (2020, sexta edición). Investigación de mercados. México. Pearson. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/893124899/Investigacion-de-Mercados-6E>

Malhotra. Naresh. (2008, quinta edición). Investigación de Mercados. México. Pearson. Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/1XD3-YVQq5ykXZgKbHkqUWhZq02cT4-OD/view>

Martínez-Alonzo, J. y Román-Santana, W (2025). Metodología de la Investigación académica: enfoque cualitativo y cuantitativo. Guía práctica para investigadores noveles. Cuba. Editorial Feijóo. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/394647668\\_METODOLOGIA\\_DE\\_LA\\_INVESTIGACION\\_ACADEMICA\\_ENFOQUES\\_CUANTITATIVO\\_Y\\_CUALITATIVO\\_GUIA\\_PRACTICA\\_PARA\\_INVESTIGADORES\\_NOVELES](https://www.researchgate.net/publication/394647668_METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_ACADEMICA_ENFOQUES_CUANTITATIVO_Y_CUALITATIVO_GUIA_PRACTICA_PARA_INVESTIGADORES_NOVELES)

McDaniel, C.; Gates, R. (2016, décima edición). Investigación de mercados. México. Cengage Learning. Recuperado de: [https://www.uteg.edu.ec/biblioteca-libros/wp-content/uploads/2023/09/Investigacion-de-Mercados-McDaniel\\_compressed.pdf](https://www.uteg.edu.ec/biblioteca-libros/wp-content/uploads/2023/09/Investigacion-de-Mercados-McDaniel_compressed.pdf)

Michael, Mazzei. (2025). Consumo Per Cápita. EBSCO. Recuperado de: <https://www.ebsco.com/research-starters/economics/capita-consumption>

Mita Arancibia, Erick Gregorio. (s.f.) Investigación de Mercados. Recuperado de: [https://usfx.bo/Documentos/RepositorioLibros/Investigacion\\_de\\_mercados.pdf](https://usfx.bo/Documentos/RepositorioLibros/Investigacion_de_mercados.pdf)

Monje Álvarez, Carlos Arturo. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica. Universidad Surcolombiana. Recuperado de: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Nasrudin, Ahmad. (2025). Entorno sociocultural: factores clave que afectan a las empresas. PenPoin. Recuperado de: <https://penpoin.com/sociocultural-environment/>

Netquest. (2024). 100 años de Investigación de Mercados... y lo que está por llegar. Recuperado de: <https://www.netquest.com/blog/100-anos-de-investigacion-de-mercados>

Palomino Tamayo, Walter. (2025) Uso de la inteligencia artificial con análisis textual para capturar los insights del cliente. Conexión Esan. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/uso-de-la-inteligencia-artificial-con-analisis-textual-para-capturar-los-insights-del-cliente>

Peña Cabrera, Gianell. (s.f.). Informe final de investigación de mercados. Gestipolis. Recuperado de: <https://www.gestipolis.com/informe-final-de-investigacion-de-mercados/>

Redacción Asana. (2026) Cómo hacer un análisis de la competencia con un ejemplo práctico. Asana. Recuperado de: <https://asana.com/es/resources/competitive-analysis-example>

Redacción de conoce tu negocio. (s.f.) Entorno Político. Conoce tu negocio. Recuperado de: <https://conocetunegocio.com/entorno-politico/>

Redacción de Distance Learning Institute. (2024). Población frente a muestra en la investigación: diferencias clave y uso. Distance Learning Institute. Recuperado de: <https://distancelearning.institute/research/population-vs-sample-in-research-key-differences/>

Redacción de Geeksforgeeks. (2025). ¿Qué es el análisis estadístico en la ciencia de datos? Geeksforgeeks. Recuperado de: <https://www.geeksforgeeks.org/data-science/what-is-statistical-analysis-in-data-science/>

Redacción de Statistics Easily. (s.f.) ¿Qué es la Asociación en Estadística? Learn Statistics Easily. Recuperado de: <https://es.statisticseasily.com/glosario/¿Qué-es-el-análisis-de-datos-de-estadísticas-de-asociación%3F>

Redacción de Universitat Carlemany. (2023). Investigación de Mercados: Tipos y etapas. Universitat Carlemany. Recuperado de: <https://www.universitatcarlemany.com/actualidad/blog/investigacion-de-mercados-tipos-etapas/>

Redacción Instituto Latinoamericano. (2021) Entorno económico. ILEP. Recuperado de: <https://www.ilep.mx/post/entorno-econ%C3%B3mico>

Redacción IONOS. (2023). Análisis de la competencia: métodos y ejemplos explicados de forma sencilla. IONOS. Recuperado de: <https://www.ionos.mx/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/analisis-de-la-competencia/>

Redacción Profesional Academy. (2025). Teorías de marketing: la mezcla de marketing: de las 4 P a las 7 P. Profesional Academy. Recuperado de: <https://www.professionalacademy.com/blogs/marketing-theories-the-marketing-mix-from-4-ps-to-7-ps/>

Redacción Qualtrics. (2015). Análisis de mercado: definición, métodos y ejemplos. Qualtrics. Recuperado de: <https://www.qualtrics.com/es-es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/analisis-de-mercado/>

Redacción QuestionPro. (2025). Tipos de encuestas. QuestionPro. Recuperado de: <https://www.questionpro.com/es/tipos-de-encuestas.html>

Redacción QuestionPro. (2025). Ventajas de la metodología de panel de consumidores. QuestionPro. Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/metodologia-de-panel-de-consumidores/>

Redacción Santander. (2025). México: Inversión extranjera. Santander. Recuperado de: <https://santandertrade.com/es/portal/establecerse-extranjero/mexico/inversion-extranjera>

Redacción Social ChangeUK. (s.f.) Una guía introductoria al análisis de la investigación cualitativa. Social ChangeUK. Recuperado de: [https://social-change.co.uk/files/Knowledge\\_Hub\\_-\\_qualitative\\_research\\_analysis.pdf](https://social-change.co.uk/files/Knowledge_Hub_-_qualitative_research_analysis.pdf)

Redacción Unir. (2023). El análisis del entorno de una empresa y su importancia. UNIR La Universidad en internet. Recuperado de: <https://mexico.unir.net/noticias/comunicacion-mercadotecnia/analisis-del-entorno-empresa/>

Redacción Universidad América Latina. (s.f.) Cuantificación y pronóstico de la demanda del mercado. Materiales de la Universidad América Latina. Recuperado de: [http://ual.dyndns.org/biblioteca/Administracion\\_de\\_Ventas/Pdf/Unidad\\_04.pdf](http://ual.dyndns.org/biblioteca/Administracion_de_Ventas/Pdf/Unidad_04.pdf)

Requena Laviña, María. (2005). El desarrollo de las marcas gestionadas por la distribución. Análisis de las variables relevantes. Universidad Pontificia Comillas de Madrid. Recuperado de: <https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2008/mrl/PANEL%20DE%20CONSUMIDORES%20COMO%20HERRAMIENTA%20DE%20INVESTIGACION%20COMERCIAL.htm>

Sánchez, Diana. (2007). Técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación. TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río. Recuperado de: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/tepexi/article/view/7928/8457>

Sandoval, N. (2024). Investigación Cualitativa. Corporación Universitaria de Asturias. Recuperado de: [https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/investigacion\\_mercados/unidad2\\_pdf1.pdf?utm\\_source](https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/investigacion_mercados/unidad2_pdf1.pdf?utm_source)

Stockman, Kalyn. (2024) Por qué la prueba de concepto es importante en el desarrollo de un nuevo producto. Fuel Cycle. Recuperado de: <https://fuelcycle.com/blog/why-concept-testing-is-important-in-new-product-development/>

Useche, M. et al. (2010). Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos. Universidad de la Guajira. Recuperado de: <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/server/api/core/bitstreams/58ae17e3-11a9-4f4a-be08-ec7839528f01/content>

Volk-Jesussek, Hannah. (2024). Estadística descriptiva y estadística inferencial. Numiqo. Recuperado de: <https://numiqo.com/tutorial/descriptive-inferential-statistics>

Walters, Matt. (2021). La historia de Adidas: Antecedentes de colaboración e innovación. Adidas. Recuperado de: <https://www.adidas-group.com/en/magazine/innovation/the-history-of-adidas-a-background-of-collaboration-and-innovation>

Warren, Kerry. (2025). Métodos de análisis de datos cualitativos. GradCoach. Recuperado de: <https://gradcoach.com/qualitative-data-analysis-methods/>

## VIDEOS

Arte de Invertir. (2025). ✨ La GENTE no ESTÁ PREPARADA para lo que SE ACERCA en 90 DÍAS según Tom Lee. Video de YouTube. Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=jkl\\_npb4q\\_g](https://www.youtube.com/watch?v=jkl_npb4q_g)

Dalto Emprende. (2021). ASÍ SE HACE UN ANÁLISIS DE MERCADO REAL. Video de YouTube. Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=N29ZXyg\\_w1s](https://www.youtube.com/watch?v=N29ZXyg_w1s)

Economía Desde Casa. (2022). 7 DIFERENCIAS entre la INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA y CUALITATIVA. Video de YouTube. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=frtoxKN5Mvk>

ECONOSUBLIME. (2021). La investigación de mercados. Video de YouTube. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=peT7HJjUQg8>

fbombab (Fernando Bomba B). (2018). 🔍👉 TAMAÑO DE MUESTRA PASO a PASO 👍. Video de YouTube. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=oc8i9g144Y0>

Tunja, Santoto. (2024) Técnicas de Proyección de Mercado - Andrés Preciado. Video de YouTube. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=OyrDqIZRzoc>