

## **MAPA CONCEPTUAL**

**MERCADOTECNIA**

Darely Eunice Santizo Espinosa

**PRESENTA EL ALUMNO:**

**Alejandro Pat Rodríguez**

**GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:**

**5° Administración de Empresas**

**Frontera Comalapa, Chiapas**

**Febrero, 2022**

# DONDÉ "Globitos"



## Atributos

### Calidad

Asegura el mejoramiento del producto, que consiste en cumplir con los estándares de calidad planteados por la empresa Dondé.



### Diseño

En **1994** crean nuevos personajes para el producto y pueda ser más vendido, así nacieron; "Globito y Bizcochito"



2

### Cantidad

Satisface la necesidad del consumidor con una medida de 135g, de igual manera cuidan el bienestar de la población.



# DONDE "Globitos"



Valor diferencial

Globitos

Los globitos cuentan con un balance de 136 calorías en 30 g.

El precio depende de cuantos gramos traiga, ya que hay variedad, creando botes y cajas rellenables para satisfacer aún más al consumidor.



Marías

Las galletas maría tienen un alto valor calórico, contando con unas 500 kcal por cada 100 g.

El precio va dependiendo de los gramos que trae, por lo general es acostumbrado ver de 120g



# DONDE "Globitos"



## Segmento de mercado

### Geografía

La historia comenzó en 1905 en Mérida, no solo abarca los 106 municipios del estado, Campeche, Tabasco y Quintana Roo, sino que se ha expandido más allá del sureste. Actualmente tiene presencia en Estados Unidos, Canadá, Centroamérica y Caribe.



### Demografía

Las consumen los ricos y los pobres, los cultivados y la gente sencilla, los niños y los hombres de la tercera edad.



4

### Psicográfica

Tipos de consumidores varían desde los 5 años; satisfacen las necesidades mediante productos agradables al gusto y con buen contenido nutricional; y de igual manera brinda proteína a diferentes pastas que realizan y a deportistas con galletas integrales.



# DONDE "Globitos"



**Mercado meta**

**Estrategia de marketing que usa**

Incorpora al mercado de diferentes maneras utilizando diversas estrategias que le permiten tener mucha influencia y capturar valor de sus clientes en: niños, jóvenes, adultos, adultos mayores y deportistas.

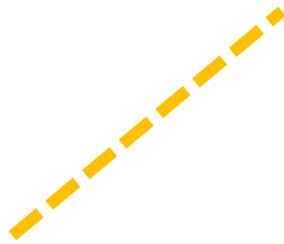
- \*Estrategia de segmentación: permite elegir a los clientes (público en general).
- \*Estrategia en relación con la competencia: se concentra en la posición que ocupa en el mercado competitivo.
- \*Merchandising, precios, etc.



# DONDÉ "Globitos"



## Ejemplo de publicidad



Existen varios métodos que la empresa hace para que el producto sea consumido más:

- \*Por medio de comerciales.
- \*Permitiendo visitas escolares.
- \*Participando en ferias y promocionar el producto.
- \*La imagen publicitaria de globito y bizcochito.



# DONDE "Globitos"



## Las 4 p's

### Producto

"Galleta Globitos"



### Precio

Va dependiendo de la cantidad o presentación; usualmente la más común vale alrededor de \$12.50



### Promoción

Aumentan mas el producto, pero con el mismo precio.



### Plaza

Se expande por algunas cadenas comerciales de supermercados, de igual manera en las abarroterías satisfaciendo la necesidad del consumidor en cada tiendita de la esquina.

