

PROGRAMA DE EDUCACIÓN  
MÉDICO VETERINARIO Y ZOOTECNIA

DOCENTE  
REYES MOLINA ANDRES ALEJANDRO

TRABAJO  
SUPER NOTA

MATERIA  
DESARROLLO EMPRESARIAL

ESTUDIANTE  
MANUEL CALVO SANTIAGO

FECHA DE ENTREGA  
15 DE JUNIO 2025

## Introducción a la mercadotecnia

Definición y rol: La mercadotecnia o marketing es una filosofía y metodología centrada en la creación y entrega de valor para satisfacer necesidades de un mercado objetivo

Funciones clave: Identificación de necesidades, segmentación, posicionamiento. Desarrollo de campañas publicitarias y gestión de marca.



## Mercadotecnia del Proyecto



Objetivos del proyecto (lanzar nuevo producto/servicio).

Público meta: segmentación clara.

Propuesta de valor específica.

## Investigación y estudios de mercado

Definición: proceso sistemático para recopilar, analizar y difundir información relevante para la toma de decisiones

Objetivos: conocer intenciones de compra, estimar precios, definir punto de equilibrio.



## Estudios de mercado

Procedimientos concretos para medir demanda y oferta, identificar tendencias, competidores, y segmentar el mercado

## Metodología

Definición del problema (exploratoria, descriptiva, causal)

Diseño del plan (muestra, fuentes, instrumentos)

Recolección de datos (encuestas, observación, entrevistas)

Análisis e interpretación (FODA, Porter, BCG)





Mezcla de mercadotecnia

Producto: definición, características, marca, envase

Precio: estrategias y tácticas de fijación.

Plaza (distribución): canales de venta.

Promoción: publicidad, RR.PP, promociones, marketing digital.

Planes de introducción al mercado

Resumen ejecutivo: visión general del proyecto.

Objetivos SMART: específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales.

Estrategia de entrada: penetración, diferenciación, alianzas.

KPIs: cuota de mercado, ventas, ROI.



Sistema de ventas: planeación y administración

**Planeación del sistema de ventas:** Definición de canales y territorios.

Proyección de ventas basada en investigación y pronósticos

Estructura organizacional del Equipo

**Administración:** Seguimiento: KPIs, indicadores de desempeño.

Sistemas de información: CRM, reportes de ventas

Capacitación y motivación del equipo de ventas.



## Lista de Referencias

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Dirección de mercadotecnia*. Pearson.

Mercadotecnia. (2025, junio). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia>

[fad.unsa.edu.pees.wikipedia.org](https://fad.unsa.edu.pees.wikipedia.org)

Mezcla de mercadotecnia. (2025, mayo). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*. [https://es.wikipedia.org/wiki/Mezcla de mercadotecnia](https://es.wikipedia.org/wiki/Mezcla_de_mercadotecnia)

[es.wikipedia.org](https://es.wikipedia.org)

Plan de marketing. (2025, mayo). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Plan de marketing](https://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_marketing)

Investigación de mercados. (2025, mayo). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*. [https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n de mercados](https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_de_mercados)