

UDS

Nombre de alumno: IVÁN DE JESÚS MORENO LÓPEZ

**Nombre del profesor: ANDRÉS ALEJANDRO REYES
MOLINA**

Nombre del trabajo: SUPER NOTA

Materia: DESARROLLO EMPRESARIAL

Grado: 6

Grupo: A

15-JUNIO-2025

DESARROLLO EMPRESARIAL

MERCADOTECNIA

La mercadotecnia (también conocida como marketing) es un conjunto de técnicas, estrategias y estudios que tienen como objetivo satisfacer las necesidades del consumidor.

Una empresa lanza una nueva bebida energética:

- Producto: Bebida sabor mango con vitaminas
- Precio: \$25 MXN
- Plaza: Tiendas de conveniencia y supermercados
- Promoción: Campaña en TikTok con influencers + 2x1 en tiendas



LA MERCADOTECNIA DEL PROYECTO

Se refiere a la planeación y aplicación de estrategias de marketing enfocadas en posicionar, promover y asegurar el éxito de un proyecto específico

No se trata de la mercadotecnia general de una empresa, sino de las acciones enfocadas exclusivamente en hacer viable y atractivo un proyecto determinado.



INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado es el proceso de recopilar, analizar e interpretar información sobre un mercado, los consumidores, la competencia y el entorno, con el objetivo de tomar decisiones informadas en un proyecto, empresa o producto.

Ejemplo:

- Una emprendedora quiere lanzar una línea de cosméticos naturales.
- Aplica encuestas en redes sociales sobre hábitos de consumo
 - Investiga marcas similares y precios promedio
 - Encuentra que el 72% prefiere productos sin crueldad animal
 - Concluye que hay una buena oportunidad de mercado si se enfoca en productos ecológicos a precio accesible



ESTUDIOS DE MERCADO

Son una herramienta clave dentro de la investigación de mercado. Consisten en recopilar y analizar datos específicos para entender un sector, producto o consumidor, con el fin de tomar decisiones estratégicas.

¿Para qué sirve un estudio de mercado?

- Conocer al cliente objetivo
- Evaluar la viabilidad comercial de un proyecto
- Medir el nivel de competencia
- Estimar la demanda y precios adecuados
- Definir la estrategia de marketing



DESARROLLO EMPRESARIAL

LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA

Conocida como las 4 P del marketing, es un conjunto de herramientas estratégicas que una empresa utiliza para posicionar su producto o servicio en el mercado y satisfacer las necesidades del consumidor, producto, precio, plaza y promoción.

La mezcla de mercadotecnia es esencial para definir una estrategia integral, alineada con el mercado, el cliente y los objetivos del negocio.



PLANES DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

Estrategias diseñadas para lanzar un nuevo producto, servicio o proyecto y posicionarlo de manera efectiva frente a su público objetivo. Su propósito es generar visibilidad, interés, adopción y ventas en las primeras etapas del lanzamiento.

Producto: Té funcional para mejorar el sueño

Plan:

- Estudio de mercado entre jóvenes con insomnio
- Campaña en Instagram y YouTube con influencers wellness
- Tienda online + envíos a todo el país
- Precio introductorio de \$149
- Feedback por encuestas automáticas al recibir el producto



SISTEMA DE VENTAS (PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN)

Un sistema de ventas es un conjunto organizado de procesos, estrategias, herramientas y personas diseñados para atraer clientes, gestionar oportunidades de negocio y concretar ventas de forma eficiente y repetible.

Incluye tanto la planeación como la administración de todas las actividades relacionadas con el proceso de venta.

Ejemplo:

Un restaurante usa un sistema para registrar cada pedido por app, hace seguimiento de clientes frecuentes, y analiza qué promociones generan más ventas los fines de semana.