



Nombre de alumno: Hannia Jolette Velázquez Pérez.

Nombre del profesor: ANDRES ALEJANDRO REYES MOLINA.

Nombre del trabajo: Super nota.

Materia: DESARROLLO EMPRESARIAL

Grado: Sexto cuatrimestre.

Grupo: B.

Comitán de Domínguez Chiapas a 9 de junio de 2025

DESARROLLO EMPRESARIAL.

■ **Mercadotecnia.**

■ Es el proceso de identificar necesidades del mercado y crear estrategias para satisfacerlas mediante productos o servicios, buscando generar valor para el cliente y rentabilidad para la empresa.



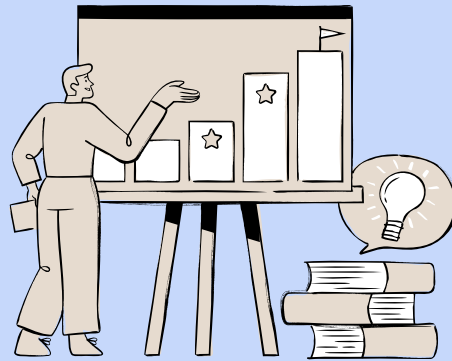
■ **La mercadotecnia del proyecto.**

■ Se enfocará en posicionar el producto/servicio como una solución innovadora, aplicando estrategias orientadas al cliente objetivo y utilizando canales efectivos de promoción y distribución.



■ **Investigación de mercado.**

■ Permite conocer las preferencias, necesidades y comportamientos del consumidor, sirviendo como base para definir estrategias comerciales acertadas.



■ **Estudios de mercado.**

■ Analiza el entorno competitivo, la demanda existente y las oportunidades de negocio, determinando la viabilidad y aceptación del producto en el mercado.



■ **La mezcla de mercadotecnia.**

- • Producto: Adaptado a las necesidades del cliente.
- • Precio: Competitivo y acorde al valor percibido.
- • Plaza: Canales adecuados para facilitar el acceso.
- • Promoción: Estrategias para dar a conocer y posicionar el producto.



■ **Planes de introducción al mercado**

■ Incluye campañas de lanzamiento, promociones y estrategias de entrada en segmentos clave para generar impacto inicial y reconocimiento de marca.



■ **Sistema de ventas (planeación y administración).**

■ Se establecerá un proceso estructurado de ventas, con metas, seguimiento de clientes, y administración a través de herramientas como CRM y capacitación del equipo comercial.

