



FORMATO GUÍA PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO	
1.- Equipo:	6
2.- Nombre de los integrantes del equipo:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esmeralda Clemente Aguilar</li> <li>• Diana Paola Hernández Reyes</li> <li>• Teresa Guadalupe Hernández Hernández</li> <li>• David Santiago Vidal León</li> </ul>
3.- Nombre de la asignatura:	Administración Estratégica de la mercadotecnia
4.- Nombre del proyecto:	<b><i>La Esencia del Éxito</i></b>
5.- Presentación:	<p>La problemática que aborda el proyecto “La Esencia del Éxito” es la falta de conocimientos estratégicos en la mercadotecnia de las Pymes lo que impide un crecimiento de forma sostenible ya que a menudo operan sin un plan claro. Lo que esta presentación de este proyecto busca ofrecer una solución a través de una serie de infografías educativas, por ellos los materiales visuales no solo explicaran la relación entre la administración y la mercadotecnia si no procesos de un plan de mercadotecnia para que las Pymes superen sus desafíos y logren el éxito a largo plazo.</p>
6.- Objetivo:	<p>Mediante la creación de los carteles para las Pymes ayuden a través de red social, para aprender a educar a las pequeñas empresas la importancia de la administración y las estrategias de mercadotecnia buscando basarnos a conceptos fundamentales para el éxito empresarial utilizando infografías como herramientas visuales e informativas para que los objetivos que es que se haya ese</p>



	conocimiento de las importancias tratando de buscar detallar los pasos de plan de mercadotecnia para que permitan aumentar sus ventas y optimizar sus recursos y alcanzar un crecimiento sostenible.
<b>7.- Tiempo de realización:</b>	26 de agosto del 2025
La metodología seleccionada para trabajar el proyecto se divide en tres fases:	(1) Preparación (2) Desarrollo y (3) Comunicación.
<b>8.- Fase de Preparación</b>	
8.1.-Identificar los temas de aprendizaje que se conocen y los que no se conocen.	Temas que se conocen La problemática central: las Pymes carecen de conocimientos estratégicos en mercadotecnia. La consecuencia de esa carencia: impide un crecimiento sostenible y hace que operen sin un plan claro. La importancia de la relación entre administración y mercadotecnia Temas que no se conocen: Cuáles son los conocimientos estratégicos específicos de mercadotecnia que necesitan las Pymes. Los procesos detallados que conforman un plan de mercadotecnia. Cómo aplicar de forma práctica esa relación entre administración y mercadotecnia. Herramientas, metodologías y ejemplos concretos para que las Pymes logren implementar estrategias sostenibles.
8.2.-Realizar una lluvia de ideas en la que se plantea la solución al problema.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia digital para las Pymes creando sitios web o redes sociales</li> <li>• Colaboraciones Estratégicas</li> <li>• Creaciones de Podcast</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diseñar plan de acciones</li><li>• Uso de Inteligencias Artificiales para diagnósticos rápidos.</li></ul>
8.3.-Hacer una planeación paso a paso y por escrito.	<ul style="list-style-type: none"><li>• 26 de agosto de 2025 Después de elegir nuestro tema se le asignó a cada uno de los integrantes del equipo el rol que tendría Roles: Esmeralda (Investigadora), Teresa (secretaria), Paola (Líder), David ( Desarrollador).</li><li>• 31 de agosto de 2025 Opinamos lluvias de ideas para elegir el nombre de nuestro equipo y así poder nuestro logotipo final.</li><li>• 01 de septiembre de 2025 Se eligió nuestro logotipo basado al tema elegido (La esencia del éxito.) De igual manera nos organizamos para que cada uno de los integrantes elaboré una infografía por semana.</li><li>• 06 de septiembre de 2025 se publicó nuestra primera infografía en nuestra red social elegida "Facebook" sobre el tema administración de la mercadotecnia.</li><li>• 15 de septiembre se publicó las siguientes infografías "Relación entre la administración con la mercadotecnia y filosofías de la administración de la mercadotecnia.</li><li>• 16 de septiembre nos organizamos para poder terminar el formato del proyecto que la docente nos proporciono al equipo.</li></ul>



<p>8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.</p>	<p>Esmeralda Clemente Aguilar</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Recopilación de información para la elaboración del proyecto</li> </ul> <p>David Santiago Vidal León</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Buscar herramientas de mercadotecnia para facilitar que las Pymes puedan utilizarlas, buscando enfoques para una función a los planes de la administración con la mercadotecnia.</li> </ul> <p>Teresa Guadalupe Hernández Hernández</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Busca si existen otros proyectos p iniciativas similares que ofrezcan la misma solución de mercadotecnia a las Pymes</li> </ul> <p>Diana Paola Hernández Reyes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Buscar información de las Pymes suelen tener presupuestos limitados y sin un plan de mercadotecnia, gastando dinero que no generan resultados.</li> </ul>
<p>8.5.- Fundamentar las acciones que van a realizar en base a la información obtenida.</p>	<p>En la actualidad, una de las problemáticas más recurrentes en el entorno empresarial de las Pymes es la falta de conocimientos estratégicos en materia de administración de la mercadotecnia, lo cual limita su crecimiento sostenible y su competitividad en el mercado. La ausencia de un plan de mercadotecnia bien estructurado provoca que los recursos humanos, financieros y materiales se utilicen de manera poco eficiente, afectando directamente la capacidad de estas empresas para atraer y retener clientes.</p> <p>En este sentido, la administración de la mercadotecnia constituye un elemento esencial para el logro de objetivos empresariales, ya que implica la planeación, organización, dirección y control de las actividades orientadas a satisfacer</p>



	<p>las necesidades del mercado. Además, permite optimizar la toma de decisiones y diseñar estrategias que favorezcan el posicionamiento de la empresa, incrementen sus ingresos y consoliden su presencia en el mercado. De acuerdo con las filosofías de la administración de la mercadotecnia, enfoque de costos, enfoque del producto, enfoque de funciones y enfoque administrativo, gracias a estas filosofías es posible coordinar de manera integral las actividades de promoción, distribución, fijación de precios y desarrollo de productos, lo que se traduce en resultados más eficientes y medibles.</p> <p>El presente proyecto busca ofrecer una solución a la problemática planteada mediante el desarrollo de material visual educativo en formato de infografías, que facilite la comprensión de los conceptos fundamentales de la administración y la mercadotecnia. El uso de estas infografías busca no solo explicar la relación que existe entre estas dos disciplinas, sino que también se busca detallar todos los pasos del plan de mercadotecnia: planeación, organización, dirección, ejecución y control. De esta manera, se busca que las Pymes puedan implementar de forma progresiva estrategias adecuadas para optimizar el uso de sus recursos, mejorar el control de clientes y establecer metas que sean claras y alcanzables.</p> <p>Y por último en dentro de esta necesidad de generar en las Pymes una visión que sea estratégica y les permita crecer de una forma más sostenida y competitiva dentro de un entorno económico dinámico. A través de la implementación de este proyecto, se promueve la integración de la administración y la mercadotecnia como disciplinas complementarias que, al trabajar en conjunto, contribuyen a la maximización de resultados, la satisfacción del cliente y el cumplimiento de los objetivos organizacionales.</p>
--	--



8.6.-Recursos: Aquí se contemplan los libros, las revistas, las computadoras, las hojas, los bolígrafos, los espacios, las impresiones, las pastas, los consumibles, los materiales, las comidas, las bebidas, los transportes, las llamadas telefónicas, el uso del internet, el tiempo aire del celular, los costos de envío, las impresiones y lo que los equipos consideren pertinentes, de acuerdo a la naturaleza de su proyecto.	Libros, computadoras, teléfonos celulares, internet, página web en Facebook, tiempo aire del celular.
8.7.- Elaborar un plan de acción.	<p>INSTITUCIÓN: Universidad Juárez Autónoma De Tabasco.</p> <p>AÑO O SEMESTRE: 4to Semestre</p> <p>SEMESTRE PROYECTO: La Esencia del Éxito.</p> <p>OBJETIVO GENERAL: El objetivo general del proyecto "La Esencia del Éxito" es abordar la falta de conocimiento en mercadotecnia estratégica en las pequeñas y medianas empresas (PyMEs). Esto se logrará creando carteles educativos en formato de infografías. Estos materiales visuales se difundirán a través de redes sociales para enseñar a las PyMEs la importancia de la administración y las estrategias de mercadotecnia, ayudándolas a superar desafíos, aumentar sus ventas y alcanzar un crecimiento sostenible a largo plazo.</p>
<b>9.- Fase de Desarrollo</b>	
9.1.-Gráfica de Gantt.	
9.2.-Elaborar las evidencias.	
9.3.-Construcción de un marco de referencia en base a la información encontrada.	
9.4.-Organización de la información y las fuentes consultadas.	
9.5.-Presentación del reporte en Word	<p>Portada: nombre del proyecto, nombre de la institución, nombres de los integrantes del equipo y nombre(s) del o de los maestro(s).</p> <p>Índice del proyecto en donde se presenten las tres fases del proyecto: fase de preparación, fase de desarrollo y fase de comunicación.</p>
<b>10.- Fase de Comunicación</b>	
10.1.-Power Point	
10.2.-Las evidencias	



10.3.-El costo	
10.4.-Fuentes de financiamiento	
10.5.-El impacto	
10.6.-La forma de evaluación (lista de cotejo)	
10.7.-Rúbrica para evaluar proyecto	
10.8.-Evaluación del plan de acción	
10.9.-La bibliografía consultada	
10.10.-Anexos	