

<b>FORMATO GUÍA PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO</b>	
<b>1.- Equipo:</b>	2
<b>2.- Nombre de los integrantes del equipo:</b>	Santiago Velázquez Carlos Felipe Hernández Herrera Sayra de Jesús Vinagre Geronimo Heidy Shirley Karime
<b>3.- Nombre de la asignatura:</b>	Administración Estratégica de la Mercadotecnia
<b>4.- Nombre del proyecto:</b>	Jornadas de Capacitación
<b>5.- Presentación:</b>	<p>Problemática que plantea el proyecto: En la actualidad, las pequeñas y medianas empresas son una parte fundamental de nuestra economía. Pero a pesar de su importancia, muchas fracasan. ¿Sabían que una de las razones principales no es solo la falta de dinero, sino algo mucho más profundo? Nos hemos dado cuenta de que muchas de estas empresas se estancan y no innovan porque navegan sin un mapa. Creen que el marketing se limita a publicar un anuncio, ya sea físico o digital, sin antes detenerse a analizar qué es lo que realmente quieren lograr o qué deben hacer para mantenerse en el mercado. Simplemente actúan por instinto, sin estudiar a fondo a sus clientes o a su competencia. Esta falta de una planeación de mercadotecnia clara provoca que los equipos no estén alineados, que no sepan exactamente qué necesita el cliente y que la empresa termine reaccionando tarde a los cambios del mercado. Sin un plan bien definido, es casi imposible que las PYMES crezcan de forma sólida y profesional.</p>
<b>6.- Objetivo:</b>	Crear contenido informativo en Facebook para educar a las PYMES sobre la relevancia de la planeación estratégica de mercadotecnia.
<b>7.- Tiempo de realización:</b>	26 de agosto al 27 de noviembre de 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.	
<b>LO QUE SABEMOS:</b>	<b>LO QUE NO SABEMOS:</b>

<p>Se tiene conocimiento sobre que es la mercadotecnia y cuál es su importancia.</p> <p>Sabemos que una planeación estratégica es un proceso para tomar decisiones con el fin de proyectar una organización al futuro.</p> <p>Sabemos que una administración adecuada en las actividades de las empresas nos ayuda a obtener mejores resultados en ellas.</p>	<p>Aún no conocemos las generalidades y las etapas clave del proceso de planeación estratégica de mercadotecnia.</p> <p>Nos falta profundizar en el proceso de formulación de la estrategia, la implementación y el control de esta.</p> <p>Nos falta conocer a detalle como elaborar un plan de mercadotecnia, incluyendo un resumen ejecutivo, la identificación del mercado objetivo, el análisis de la competencia y la presupuestación.</p> <p>No sabemos si existen aplicaciones que ayuden a las empresas para poder realizar sus ideas de mercadotecnia.</p>
<p><b>8.2.-Realizar una lluvia de ideas en la que se plantea la solución al problema.</b></p> <p>Crear calendario de publicaciones para tener el contenido de la semana lista Diseñar imágenes y video para que los posts sean más atractivos y llamen la atención Frasas y preguntas para que los posts que animen a la gente a comentar y compartir Publicar una serie de infografías sobre los temas que se van a tratar Publicar tips rápidos sobre como las pequeñas empresas pueden usar Facebook para mejorar su negocio</p>	
<p><b>8.3.-Hacer una planeación paso a paso y por escrito.</b></p> <p><b>Día 1:</b> El equipo se reúne para leer y analizar los temas asignados. Se identifican los temas que se conocen y los que no se conocen y a partir de esto, se genera una lluvia de ideas para definir posibles temas para las publicaciones semanales.</p> <p><b>Día 2:</b> Se distribuyen las tareas entre los integrantes del equipo. Cada uno asigna un tema de investigación específico para las primeras publicaciones. Se establece que todos los miembros del equipo harán el rol de investigador, ya que la última integrante del equipo no se comunicó.</p> <p><b>Día 3y 4:</b> Los integrantes del equipo llevan a cabo investigaciones sobre los temas. Comparten los hallazgos y las fuentes consultadas en un documento colaborativo para que todo puedan acceder a la información. Se comienza a redactar los textos de los primeros posts y a diseñar las imágenes o infografías que los acompañarán.</p> <p><b>Día 5:</b> Se lleva a cabo la estructura de la información. Se revisan y corrigen los textos y los diseños gráficos. Se crea el calendario de publicaciones, asignando una fecha específica a cada post. Se elabora un borrador del reporte del proyecto en Word.</p>	
<p><b>8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.</b></p>	

**Carlos Felipe Santiago Velázquez:** Será el responsable de supervisar y coordinar todo el proyecto. Su tarea será organizar el calendario de publicaciones, asignar los temas a cada integrante, revisar el contenido antes de ser publicado y analizar los resultados.

**Sayra de Jesús Hernández Herrera:** Se encargará de la organización de toda la información y la documentación. Su tarea será crear un archivo digital con todos los textos, imágenes y asegurarse de que el reporte final en Word esté completo y bien formado, incluyendo la portada, el índice y las fuentes consultadas.

**Heidy Shirley Vinagre Gerónimo:** Será la responsable del diseño visual y la creatividad. Su tarea será elaborar las imágenes, gráficos, infografías y cualquier otro recurso visual para los posts. También se encargará de preparar las evidencias que se requieren.

#### **8.5.- Fundamentar las acciones que van a realizar en base a la información obtenida.**

En la actualidad, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son un pilar de la economía. Sin embargo, a pesar de su importancia, muchas fracasan debido a la falta de planificación, no solo por la escasez de capital. La mayoría de estas empresas se estancan y carecen de innovación porque operan sin una hoja de ruta, creyendo que el marketing se limita a la simple publicación de anuncios, ya sean físicos o digitales. Actúan de manera instintiva, sin realizar un análisis profundo de sus clientes o de la competencia. Esta carencia de una planificación de mercadotecnia clara provoca una desalineación en los equipos, les impide entender con precisión lo que el cliente necesita y hace que la empresa reaccione de forma tardía a los cambios del mercado. Sin un plan bien definido, resulta casi imposible para las PYMES lograr un crecimiento sólido y profesional. Es esto, por lo que se requiere no solo de la participación de agencias u organismos especializados en marketing, sino de una labor educativa que sensibilice a los dueños de las PYMES sobre la relevancia de la planeación estratégica.

La educación, en este contexto, es un proceso integral. De acuerdo con el proyecto, el equipo tiene conocimiento sobre qué es la mercadotecnia y su importancia, así como la idea de que la planeación estratégica es clave para proyectar a una organización hacia el futuro. También saben que una administración adecuada en las actividades empresariales ayuda a obtener mejores resultados. Sin embargo, el equipo aún desconoce las etapas clave del proceso de planeación estratégica, cómo elaborar un plan detallado (incluyendo el análisis del mercado objetivo, la competencia y el presupuesto), y si existen herramientas o aplicaciones que puedan ayudar en estas tareas. Ante la evidente falta de conocimiento y acción en el ámbito de la planeación de mercadotecnia por parte de las PYMES, es necesario diseñar una estrategia que vaya más allá de la mera información. Para ello, se elaborará un plan de acción para crear contenido informativo en Facebook. Se busca que este contenido se traduzca en acciones concretas que permitan a las PYMES combatir la falta de una estrategia clara y profesionalizar su enfoque de marketing. La estrategia se basa en las siguientes acciones fundamentales:

Publicación de infografías, el equipo investigará las etapas y procesos de la planeación estratégica de mercadotecnia para crear una serie de infografías que ofrezcan esta información de manera visual y clara. Creación de tips rápidos, se publicarán consejos breves y prácticos sobre cómo las pequeñas empresas pueden utilizar Facebook para mejorar sus negocios. Generación de interacción, donde se usarán preguntas y frases que animen a los usuarios a comentar y compartir el contenido. Esta acción busca crear una comunidad activa que comparta sus experiencias y aprenda de forma colaborativa, superando la limitación de simplemente ofrecer información. Diseño visual atractivo, en donde se crearán imágenes y videos que acompañen los posts para que sean más atractivos y llamen la atención de la audiencia.

**8.6.-Recursos:** Computadoras, laptop, conexión a internet, software, aplicaciones, hojas, lapiceros, impresiones, transporte, tiempo aire del celular, memoria USB, escritorios, sillas, material didáctico.

#### **8.7.- Elaborar un plan de acción.**

### Plan de Acción

**Institución:** Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

**Año:** 2025

**Proyecto:** Jornadas de Capacitación

**Objetivo general:** Crear contenido informativo en Facebook para educar a las PYMES sobre la relevancia de la planeación estratégica de mercadotecnia.

Actividad	Fecha de inicio	Fecha de terminación	Duración	Responsables	Estatus	Observaciones
Investigación de temas sobre marketing para PYMES	26 de agosto del 2025	27 de noviembre del 2025	3 meses y 4 días	Equipo 2	En curso	Buscar información sobre marketing digital y planeación estratégica.
Creación de página de Facebook	28 de agosto del 2025	29 de agosto del 2025	1 día	Equipo 2	Finalizado	Elaboración de una página oficial para la creación de contenido.
Creación de publicaciones para Facebook	26 de agosto del 2025	27 de noviembre del 2025	3 meses y 4 días	Equipo 2	En curso	Diseñar infografías y mapas para el contenido visual.
Definición del calendario de publicaciones	26 de agosto del 2025	09 de septiembre del 2025	15 días	Equipo 2	Finalizado	Planificar días y horas para llevar un control.
Publicación en la página de Facebook	26 de agosto del 2025	27 de noviembre del 2025	3 meses y 4 días	Equipo 2	En curso	Compartir contenido de manera programada.
Seguimiento y medición de resultados	26 de agosto del 2025	27 de noviembre del 2025	3 meses y 4 días	Equipo 2	En curso	Analizar el rendimiento de las publicaciones (likes, comentarios, compartidos).
Elaboración del reporte final	13 de noviembre del 2025	27 de noviembre del 2025	15 días	Equipo 2	Por iniciar	Recopilar toda la información y resultados.

### 9.- Fase de Desarrollo

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	Portada: nombre del proyecto, nombre de la institución, nombres de los integrantes del equipo y nombre(s) del o de los maestro(s). Índice del proyecto en donde se presenten las tres fases del proyecto: fase de preparación, fase de desarrollo y fase de comunicación.
<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	