

## **Apuntes de Mercadotecnia**

**Presenta:**

Estefanny García Castellanos

**Asignatura Impartida por la o el:**

*DRA. Minerva Camacho Javier*

Ciclo Febrero/2025- Agosto/2025

## Índice

### Introducción

#### A. Diarios semanales

- a) Semana 1 y 2
- b) Semana 3
- c) Semana 4
- d) Semana 5
- e) Semana 6
- f) Semana micro campaña

#### B. Investigación Documental

- a) Unidad 1.
- b) Unidad 2.
- c) Unidad 3.
- d) Unidad 4.
- e) Unidad 5.

### Conclusión

### Referencias

## Introducción

En este semestre, tuve la oportunidad de aprender mas sobre el marketing ya que tenia poco conocimiento en este tema, este me ayudo a organizar mejor mi aprendizaje, estructurar mis actividades siguiendo una secuencia de mis actividades que me permitirá comprender mejor paso a paso los principales conceptos y herramientas de este tema para comprender de mejor manera. Se inició con el origen del marketing, cómo surgió esta área en el entorno empresarial. Luego vimos el concepto de marketing sus objetivos y el impacto que tiene en la toma de decisiones dentro de una empresa.

Se continuó con el análisis de las estrategias del marketing, allí conocí distintas formas en las que las empresas alcanzan a los consumidores. Luego con la evolución del marketing, desde las etapas tradicionales hasta las estrategias digitales que se utilizan actualmente.

Uno de los temas que me llamo la atención fue de microambiente y macroambiente, donde se tenia que identificar los factores internos y externos que influyen en el desempeño de una empresa. Después, trabajé con la mezcla de marketing las 4p y las 7p, donde aprendí cómo se aplica en la práctica conceptos como producto, precio, plaza y promoción.

Y se terminó con las estrategias de marketing, lo que me ayudara bastante.

## **A. DIARIOS SEMANALES**

**Semana1y2**

**15/02/2025**

### **Qué sé y qué no sé**

No se mucho al tema de marketing, pero que estoy atenta a aprender cómo se implementa en una empresa y como utilizar las herramientas de trabajo de este tema y así poner mi empeño por aprender mucho.

### **Desarrollo**

Al realizar las actividades voy aprendiendo más. El marketing no solamente se trata de hacer publicidad, si no que también el marketing es una herramienta clave para entender a los clientes y hacer que la empresa se conecte con el público.

### **Cierre**

Supe que son los procesos estratégicos, el análisis del entorno. Puedo decir que el marketing es un área fundamental en una empresa para el éxito de cualquier organización.

## **Semana 3**

**22/02/2025**

### **Qué sé y qué no sé**

No sabia mucho sobre la evolución del marketing hasta esta semana por que no tenia idea de como había evolucionado , es interesante aprender algo nuevo.

### **Desarrollo**

Al realizar la actividad aprendí que el marketing no siempre fue como lo conocemos a día de hoy; al principio solo se enfoca en producir y vender, y no toma en cuenta al consumidor. Al pasar los años el enfoque cambio, ahora el cliente es el centro de atención.

### **Cierre**

Aprendí que el marketing está siempre en transformación, adaptándose a las necesidades, tecnologías y a el comportamiento de las personas, es campo dinámico y lleno de oportunidades.

## **Semana 4**

**01/03/2025**

## **Qué sé y qué no sé**

Con el tema de micro y macro ambiente no tenía idea de su significado dichos conceptos, ni por que son importantes en el marketing. Mi primera idea era que todo se centraba a los productos y la publicidad.

## **Desarrollo**

Descubrí que hay muchos factores que influyen a una empresa y no siempre están controlados. El microambiente es un elementos cerca a la empresa, ósea los clientes, proveedores, la competencia. Mientras que el macro ambiente son los factores políticos, económico, social, legal, influyen de manera externa.

## **Cierre**

Con esto tengo una mejor visión para una empresa ya que se debe analizar su entorno antes de tomar cualquier decisión, porque hasta el mas mínimo error puede afectar sus estrategias de marketing.

**Semana 5**

**08/03/2025**

## **Qué sé y qué no sé**

Las 4P's del marketing habla sobre los elementos importantes para vender un producto, pero hasta ahí conocía su verdadero significado ni cómo se relacionan entre sí. Pero descubrí que las 4P's (producto, precio, plaza y promoción) son parte importante del marketing.

## **Desarrollo**

El producto no es solo lo que se vende, sino lo que representa para el cliente; el precio no solo es alcanzar, sino lo que representa para el cliente, la plaza es donde se hace llegar el producto al cliente y la promoción sirve para atraer al mercado.

## **Cierre**

Con este tema reforcé mi conocimiento respecto a este tema, ayudandome a ver como se aplican en el mundo real para llegar a tener éxito.

**Semana 6**

**15/03/2025**

## **Qué sé y qué no sé**

Sabía que el producto era parte clave dentro del marketing, pero al indagar más las estrategias del marketing estás se enfocan principalmente en el producto, por qué es el que cubre la necesidad de una persona.

## **Desarrollo**

Pude comprender que no sólo se trata de crear algo para vender, si no que también se debe diseñar un producto que cumpla la satisfacción del consumidor. Hay muchas decisiones ayudan como el diseño, la calidad, el empaque, la marca, y la durabilidad y del producto.

## **Cierre**

Una buena estrategia puede llegar a garantizar el éxito frente a la competencia, Esto ayuda a comprender que el éxito de un producto o servicio no depende solo de tener una idea buena, sino de cómo se adaptan en el mercado.

**Micro campaña**

**29/03/2025-06/05/2025**



## **Qué sé y qué no sé**

No tenía idea respecto a lo que era una micro campaña, pero se fue aprendiendo poco a poco.

## **Desarrollo**

En el desarrollo de nuestra micro campaña con el tema de acompañando a quienes acompañan primero investigamos el tema para comprender mejor sobre la lo que las personas que esperan a sus familiares hospitalizados que la mayoría son de bajos recursos y a veces no tienen para un agua y aparte que hay un sol horrible esto afecta su salud también. Medí cuenta de que esta problemática va más allá de lo que se ve a simple vista ya que no solo es en los hospitales si no también en los hogares y es duro cuidar de un enfermo estando en casa solo y esto puede ocasionar bruscos cambios de humor y así.

Hay que crear conciencia como sociedad y buscar estrategias que conecten con las personas. Este proyecto tiene como finalidad reflexionar como personas y ciudadanos que podemos hacer un cambio, tener más empatía por las personas así y si podemos ayudarlos mucho que mejor.

De hecho por medio del marketing se puede llegar esta información relevante por si algún día pasan o ven pasar a alguien por esta situación.

## **B. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Infografía Evolución del Marketing</i></b>
-------	--

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 1	<i>Fuente original</i> <a href="https://smilecomunicacion.com/marketing/evolucion-del-marketing-1-0-al-5-0/">https://smilecomunicacion.com/marketing/evolucion-del-marketing-1-0-al-5-0/</a>
Palabras claves. Marketing digital, evolución, tecnología, personalización, experiencia de usuario.	
Referencia APA. Smile Comunicación. (s.f.). Evolución del marketing 1.0 al 5.0. Smile Comunicación. <a href="https://smilecomunicacion.com/marketing/evolucion-del-marketing-1-0-al-5-0/">https://smilecomunicacion.com/marketing/evolucion-del-marketing-1-0-al-5-0/</a>	
<b>RESUMEN</b> (si la información es tomada de un artículo)	
El marketing ha evolucionado desde el enfoque en la producción (Marketing 1.0), pasando por la orientación al cliente (2.0), el enfoque en valores y experiencias (3.0), la digitalización y personalización (4.0), hasta la cocreación y colaboración activa con el consumidor (5.0). El Marketing 5.0 se basa en la personalización, la inteligencia artificial y la participación activa del consumidor en la creación de valor para la marca.	

<b>Texto</b> (literal con número de página)
<b>Prontuario</b>
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Infografía Evolución del Marketing</i></b>
-------	--

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 2	Fuente original <a href="https://thecloud.group/cambiado-el-marketing-desde-la-ultima-decada/">https://thecloud.group/cambiado-el-marketing-desde-la-ultima-decada/</a>
Palabras claves. Marketing digital, personalización, big data, redes sociales.	
Referencia APA. The Cloud Group. (2021, 22 de junio). ¿Cómo ha cambiado el marketing desde la última década? The Cloud Group. <a href="https://thecloud.group/cambiado-el-marketing-desde-la-ultima-decada/">https://thecloud.group/cambiado-el-marketing-desde-la-ultima-decada/</a>	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
El marketing ha pasado de ser tradicional y masivo a digital y personalizado gracias al uso de Internet, redes sociales y big data. Las empresas ahora pueden segmentar, personalizar y adaptar sus campañas a grupos específicos de consumidores, logrando mayor eficacia y eficiencia en sus estrategias de comunicación y venta.	

Texto (literal con número de página)
<b>Prontuario</b>
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Infografía Evolución del Marketing</i></b>
-------	--

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 3	<i>Fuente original</i> <a href="https://ucal.edu.pe/blog/negocios/la-evolucion-del-marketing">https://ucal.edu.pe/blog/negocios/la-evolucion-del-marketing</a>
Palabras claves. Evolución, marketing, tecnología, tendencias.	
Referencia APA. Universidad Continental. (s.f.). La evolución del marketing. Universidad Continental. <a href="https://ucal.edu.pe/blog/negocios/la-evolucion-del-marketing">https://ucal.edu.pe/blog/negocios/la-evolucion-del-marketing</a>	
<b>RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)</b>	
La evolución del marketing está marcada por la adaptación a nuevas tecnologías y cambios en el comportamiento del consumidor. Las empresas ahora buscan no solo vender productos, sino ofrecer experiencias y soluciones a las necesidades reales de los clientes, utilizando herramientas digitales y técnicas de neuromarketing para optimizar sus estrategias.	

<b>Texto (literal con número de página)</b>
<b>Prontuario</b>
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Mapa mental Ambientes de Marketing</i></b>
-------	--

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 4	<i>Fuente original</i> <a href="https://rockcontent.com/es/blog/ambientes-de-marketing/">https://rockcontent.com/es/blog/ambientes-de-marketing/</a>
<b>Palabras claves.</b> Ambiente de marketing, fuerzas externas, cultura, influencia.	
<b>Referencia APA.</b> Rock Content. (s.f.). Ambientes de marketing: ¿Qué son y cuál es su importancia? Recuperado el 28 de mayo de 2025, de <a href="https://rockcontent.com/es/blog/ambientes-de-marketing/">https://rockcontent.com/es/blog/ambientes-de-marketing/</a>	
<b>RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)</b>	
Los ambientes de marketing son todas las fuerzas externas o internas que afectan a un negocio y su estrategia de marketing. El análisis de estos ambientes permite identificar oportunidades y amenazas, adaptando la comunicación y las acciones de marketing a las necesidades y características del público objetivo.	

<b>Texto (literal con número de página)</b>
<b>Prontuario</b>
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Mapa mental Ambientes de Marketing</i></b>
-------	--

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 5	<i>Fuente original</i> <a href="https://www.mundoposgrado.com/que-es-el-microentorno-y-macroentorno-en-marketing/">https://www.mundoposgrado.com/que-es-el-microentorno-y-macroentorno-en-marketing/</a>
Palabras claves. Microentorno, macroentorno, marketing, variables.	
Referencia APA. Mundo Posgrado. (s.f.). ¿Qué es el microentorno y macroentorno en marketing? Recuperado el 28 de mayo de 2025, de <a href="https://www.mundoposgrado.com/que-es-el-microentorno-y-macroentorno-en-marketing/">https://www.mundoposgrado.com/que-es-el-microentorno-y-macroentorno-en-marketing/</a>	
<b>RESUMEN</b> (si la información es tomada de un artículo)	
El microentorno de marketing incluye a los actores cercanos a la empresa y sobre los que puede influir directamente, como proveedores, intermediarios y clientes. El macroentorno, en cambio, está compuesto por factores externos e incontrolables como la demografía, la economía, la cultura y el entorno legal, que afectan a la empresa de forma indirecta pero significativa.	

<b>Texto</b> (literal con número de página)
<b>Prontuario</b>
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Mapa mental Ambientes de Marketing</i></b>
-------	--

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 6	<i>Fuente original</i> <a href="https://cursos.aiu.edu/Diplomados/Branding%20MARCAS/Mercadotecnia/Leccion%203/WORD/S3.pdf">https://cursos.aiu.edu/Diplomados/Branding%20MARCAS/Mercadotecnia/Leccion%203/WORD/S3.pdf</a>
Palabras claves. Ambientes, mercadotecnia, fuerzas externas, internas.	
Referencia APA. AIU. (s.f.). Lección 3: Ambientes de la mercadotecnia. En Diplomado en Branding y Marcas. Recuperado el 28 de mayo de 2025, de <a href="https://cursos.aiu.edu/Diplomados/Branding%20MARCAS/Mercadotecnia/Leccion%203/WORD/S3.pdf">https://cursos.aiu.edu/Diplomados/Branding%20MARCAS/Mercadotecnia/Leccion%203/WORD/S3.pdf</a>	
<b>RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)</b>	
Los ambientes de la mercadotecnia se dividen en internos y externos. Los internos son aquellos sobre los que la empresa tiene cierto control, mientras que los externos son fuerzas ajenas a la organización pero que influyen en sus resultados y estrategias de marketing.	

<b>Texto (literal con número de página)</b>
<b>Prontuario</b>
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>



## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Presentación interactiva Las 4P del Marketing</i></b>
-------	---

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 7	<i>Fuente original</i> <a href="https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing">https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing</a>
<b>Palabras claves.</b> 4P, producto, precio, plaza, promoción.	
<b>Referencia APA.</b> Asana. (s.f.). Las 4 P del marketing: definición y estrategias para cada una. Recuperado el 8 de marzo de 2025, de <a href="https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing">https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing</a>	
<b>RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)</b>	
Las 4P del marketing (Producto, Precio, Plaza y Promoción) son la base de cualquier estrategia de marketing. El producto es el bien o servicio que se ofrece, el precio es el valor monetario asignado, la plaza es el canal de distribución y la promoción son las actividades de comunicación para dar a conocer el producto.	

<b>Texto (literal con número de página)</b>
<b>Prontuario</b>
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Presentación interactiva Las 4P del Marketing</i></b>
-------	---

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 8	<i>Fuente original</i> <a href="https://www.salesforce.com/mx/blog/marketing-mix/">https://www.salesforce.com/mx/blog/marketing-mix/</a>
<b>Palabras claves.</b> Marketing mix, estrategia, marketing digital	
<b>Referencia APA.</b> Salesforce. (s.f.). Marketing Mix: qué es y cómo aplicarlo a tu estrategia de marketing. Recuperado el 8 de marzo de 2025, de <a href="https://www.salesforce.com/mx/blog/marketing-mix/">https://www.salesforce.com/mx/blog/marketing-mix/</a>	
<b>RESUMEN</b> (si la información es tomada de un artículo)	
El marketing mix es la combinación estratégica de las 4P, adaptándose a las necesidades del mercado y del consumidor. Permite a las empresas posicionar sus productos, diferenciarse de la competencia y optimizar sus recursos de marketing.	

<b>Texto</b> (literal con número de página)
<b>Prontuario</b>
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Presentación interactiva Las 4P del Marketing</i></b>
-------	---

Ficha de la fuente de información.	
No. 9	<i>Fuente original</i> <a href="https://www.sumup.com/es-es/facturas/glosario/marketing-mix/">https://www.sumup.com/es-es/facturas/glosario/marketing-mix/</a>
Palabras claves. Marketing mix, 4P, estrategia de ventas	
Referencia APA. SumUp. (s.f.). Marketing mix. Recuperado el 8 de marzo de 2025, de <a href="https://www.sumup.com/es-es/facturas/glosario/marketing-mix/">https://www.sumup.com/es-es/facturas/glosario/marketing-mix/</a>	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
El marketing mix es esencial para definir la estrategia de ventas de una empresa, integrando las variables de producto, precio, plaza y promoción para alcanzar los objetivos comerciales y satisfacer las necesidades del cliente.	

Texto (literal con número de página)
Prontuario
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Infografía Las 4P del Marketing</i></b>
-------	---

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 10	<i>Fuente original</i> <a href="https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing">https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing</a>
Palabras claves. 4P, producto, precio, plaza, promoción	
Referencia APA. Asana. (s.f.). Las 4P del marketing: Producto, precio, plaza y promoción. <a href="https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing">https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing</a>	
<b>RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)</b>	
Las 4P del marketing son: Producto (bien o servicio ofrecido), Precio (valor monetario), Plaza (canal de distribución) y Promoción (comunicación y publicidad)[Asana].	

<b>Texto (literal con número de página)</b>
<b>Prontuario</b>
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Infografía Las 4P del Marketing</i></b>
-------	---

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 11	<i>Fuente original</i> <a href="https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/">https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/</a>
Palabras claves. 4P, estrategia, marketing, producto, precio, plaza, promoción	
Referencia APA. Rock Content. (2023). Las 4P del marketing: qué son y cómo aplicarlas en tu estrategia. <a href="https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/">https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/</a>	
<b>RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)</b>	
Las 4P permiten estructurar la estrategia de marketing de una empresa, adaptando cada variable a las necesidades del mercado y del consumidor, logrando así una mejor penetración y posicionamiento de la marca.	

<b>Texto (literal con número de página)</b>
<b>Prontuario</b>
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Infografía Las 4P del Marketing</i></b>
-------	---

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 12	<i>Fuente original</i> <a href="https://facs.ort.edu.uy/blog/estrategias-de-marketing">https://facs.ort.edu.uy/blog/estrategias-de-marketing</a>
Palabras claves. 4P, estrategias, marketing, mercado	
Referencia APA. ORT Uruguay. (2022). Estrategias de marketing: cómo las empresas conquistan el mercado. <a href="https://facs.ort.edu.uy/blog/estrategias-de-marketing">https://facs.ort.edu.uy/blog/estrategias-de-marketing</a>	
<b>RESUMEN</b> (si la información es tomada de un artículo)	
Las estrategias de marketing basadas en las 4P permiten a las empresas conquistar el mercado, adaptando su oferta a las demandas y preferencias de los consumidores, y optimizando sus recursos para lograr ventajas competitivas.	

Texto (literal con número de página)
<b>Prontuario</b>
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Campaña Social</i></b>
-------	------------------------------

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 13	<i>Fuente original</i> <a href="https://www.gob.mx/imss/prensa/voluntariado-imss-fortalece-sus-programas-sociales-en-beneficio-de-pacientes-y-cuidadores">https://www.gob.mx/imss/prensa/voluntariado-imss-fortalece-sus-programas-sociales-en-beneficio-de-pacientes-y-cuidadores</a>
Palabras claves. Voluntariado, campañas sociales, IMSS, pacientes, cuidadores.	
Referencia APA. Instituto Mexicano del Seguro Social. (2024). Voluntariado IMSS fortalece sus programas sociales en beneficio de pacientes y cuidadores. Recuperado de <a href="https://www.gob.mx/imss/prensa/voluntariado-imss-fortalece-sus-programas-sociales-en-beneficio-de-pacientes-y-cuidadores">https://www.gob.mx/imss/prensa/voluntariado-imss-fortalece-sus-programas-sociales-en-beneficio-de-pacientes-y-cuidadores</a>	
<b>RESUMEN</b> (si la información es tomada de un artículo)	
El voluntariado del IMSS fortalece sus programas sociales para beneficiar a pacientes y cuidadores, apoyando su bienestar y calidad de vida a través de acciones solidarias y de acompañamiento.	

<b>Texto</b> (literal con número de página)
<b>Prontuario</b>
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Campaña Social</i></b>
-------	------------------------------

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 14	<i>Fuente original</i> <a href="https://www.inegi.org.mx/programas/enasic/2022/default.html">https://www.inegi.org.mx/programas/enasic/2022/default.html</a>
<b>Palabras claves.</b> Cuidados, encuesta, estadísticas, bienestar social.	
<b>Referencia APA.</b> Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2023). Encuesta Nacional para el Sistema de Cuidados (ENASIC) 2022. Recuperado de <a href="https://www.inegi.org.mx/programas/enasic/2022/default.html">https://www.inegi.org.mx/programas/enasic/2022/default.html</a>	
<b>RESUMEN</b> (si la información es tomada de un artículo)	
La ENASIC 2022 recoge datos sobre la situación de las personas que requieren cuidados y sus cuidadores, proporcionando información clave para el diseño de políticas y campañas sociales orientadas a mejorar su calidad de vida.	

<b>Texto</b> (literal con número de página)
<b>Prontuario</b>
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>



## Reporte de Lectura

Tema:	<b><i>Campaña Social</i></b>
-------	------------------------------

<b>Ficha de la fuente de información.</b>	
No. 15	<i>Fuente original</i> <a href="https://sdgs.un.org/es/goals">https://sdgs.un.org/es/goals</a>
Palabras claves. Agenda 2030, desarrollo sostenible, ONU, campañas sociales	
Referencia APA. Organización de las Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. ONU. <a href="https://sdgs.un.org/es/goals">https://sdgs.un.org/es/goals</a>	
<b>RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)</b>	
La Agenda 2030 de la ONU establece 17 objetivos de desarrollo sostenible que guían campañas sociales a nivel global, promoviendo la igualdad, la salud, la educación y el bienestar de las personas y el planeta.	

Texto (literal con número de página)
<b>Prontuario</b>
<i>Parafraseo del texto seleccionado.</i>

## Conclusión

Este semestre fue todo un carrusel de experiencia, muchos aprendizajes y crecimiento académico. Al principio del semestre tenía conocimientos muy básicos sobre el marketing, pero en cada actividad fui aprendiendo y comprendiendo el significado de las cosas y como aplicarlo. Aprendí los conceptos fundamentales, el origen del marketing, sus objetivos y evolución, hasta temas complejos como micro y macro ambiente, las estrategias del marketing y las mezclas de las 4P's.

Descubrí que el marketing puede tener un impacto positivo cuando se usa con responsabilidad, como lo experimenté en la micro campaña.

Además, este portafolio digital wix es una nueva herramienta que apenas conocí, Fue un reto donde descubrí habilidades que no sabia.

Todo lo que aprendí espero desarrollarlo más a fondo a futuro.

## Referencias

- AIU (Atlantic International University). (s.f.). Lección 3: Ambientes de la mercadotecnia. En Diplomado en Branding y Marcas. Recuperado el 28 de mayo de 2025, de <https://cursos.aiu.edu/Diplomados/Branding%20MARCAS/Mercadotecnia/Leccion%203/WORD/S3.pdf>
- Asana. (s.f.). Las 4P del marketing: Producto, precio, plaza y promoción. Recuperado el 8 de marzo de 2025, de <https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing>

- Instituto Mexicano del Seguro Social. (2024). Voluntariado IMSS fortalece sus programas sociales en beneficio de pacientes y cuidadores. Recuperado de <https://www.gob.mx/imss/prensa/voluntariado-imss-fortalece-sus-programas-sociales-en-beneficio-de-pacientes-y-cuidadores>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2023). Encuesta Nacional para el Sistema de Cuidados (ENASIC) 2022. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/enasic/2022/default.html>
- Mundo Posgrado. (s.f.). ¿Qué es el microentorno y macroentorno en marketing? Recuperado el 28 de mayo de 2025, de <https://www.mundoposgrado.com/que-es-el-microentorno-y-macroentorno-en-marketing/>
- Organización de las Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Recuperado de <https://sdgs.un.org/es/goals>
- ORT Uruguay. (2022). Estrategias de marketing: cómo las empresas conquistan el mercado.
- Universidad ORT Uruguay. Recuperado de <https://facs.ort.edu.uy/blog/estrategias-de-marketing>
- Rock Content. (2023). Las 4P del marketing: qué son y cómo aplicarlas en tu estrategia. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>

- Rock Content. (s.f.). Ambientes de marketing: ¿Qué son y cuál es su importancia? Recuperado el 28 de mayo de 2025, de <https://rockcontent.com/es/blog/ambientes-de-marketing/>
- Salesforce. (s.f.). Marketing Mix: qué es y cómo aplicarlo a tu estrategia de marketing. Recuperado el 8 de marzo de 2025, de <https://www.salesforce.com/mx/blog/marketing-mix/>
- Smile Comunicación. (s.f.). Evolución del marketing 1.0 al 5.0. Recuperado de <https://smilecomunicacion.com/marketing/evolucion-del-marketing1-0-al-5-0/>
- SumUp. (s.f.). Marketing mix. Recuperado el 8 de marzo de 2025, de <https://www.sumup.com/es-es/facturas/glosario/marketing-mix/>
- The Cloud Group. (2021, 22 de junio). ¿Cómo ha cambiado el marketing desde la última década? Recuperado de <https://thecloud.group/cambiado-el-marketing-desde-la-ultima-decada/#:~:text=El%20marketing%20ha%20cambiado%20con,y%20el%20deseo%20de%20marca>
- Universidad Continental. (s.f.). La evolución del marketing. Recuperado de <https://ucal.edu.pe/blog/negocios/la-evolucion-del-marketing>