



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
División Académica de Ciencias Económico
Administrativo



Medios promocionales

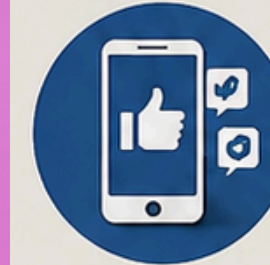
Actividad
Origen que vende

Elaborado por:
Iana Ely Juárez Almeida
Alexander Chablé Denis
Isaac Uriel Cruz Lopez
María José Graniel Hernández

REPORTES PUBLICITARIOS DEL FABRICANTE:

LOS TÉCNICOS QUE IMPULSAN LA PRODUCCIÓN

Con herramientas y medios que utilizan los fabricantes para
promocionar sus productos, comunicar sus beneficios y
fortalecer su presencia en el mercado.



PUBLICIDAD EN
REDES SOCIALES



EMPAQUES
LLAMATIVOS



ANUNCIOS EN
TELEVISIÓN
Y RADIO



MATERIAL POP
EN PUNTOS
DE VENTA



Gracias a estos medios técnicos, las empresas pueden aumentar su
producción, mejorar sus ventas y fortalecer el reconocimiento de su
marca en el mercado.

Indice

Índice	2
Introducción	3
Problema	4
Justificación	5
Objetivo	6
Método	7
Resultados	8
Conclusión	11

ESCENARIOS DE DEMANDA PROMOCIONAL: FACTORES QUE JUSTIFICAN EL USO DE PROMOCIONES.



Los escenarios de demanda promocional se refieren a situaciones donde las promociones estimulan la demanda de productos o servicios mediante incentivos temporales.

IMPORTANTE

Las promociones se justifican por su capacidad

Las promociones se justifican por su capacidad para generar urgencia y motivar compras rápidas mediante descuentos o regalos, superando otras tácticas como la publicidad.

FUNDAMENTAL

También responden a entornos

También responden a entornos competitivos intensos, donde actúan como diferenciador esencial para captar atención del consumidor.

01



Mercados competitivos: Para destacar y atraer clientes con ofertas irresistibles que crean conexión emocional.



Lanzamientos de productos: Introducir novedades con muestras gratis o precios bajos, reduciendo riesgos.

02



Temporadas estacionales: Aprovechar picos como Black Friday o regreso a clases con descuentos para maximizar ventas.



Periodos de baja demanda: Revitalizar ventas en épocas lentas, manteniendo flujo de ingresos constante.

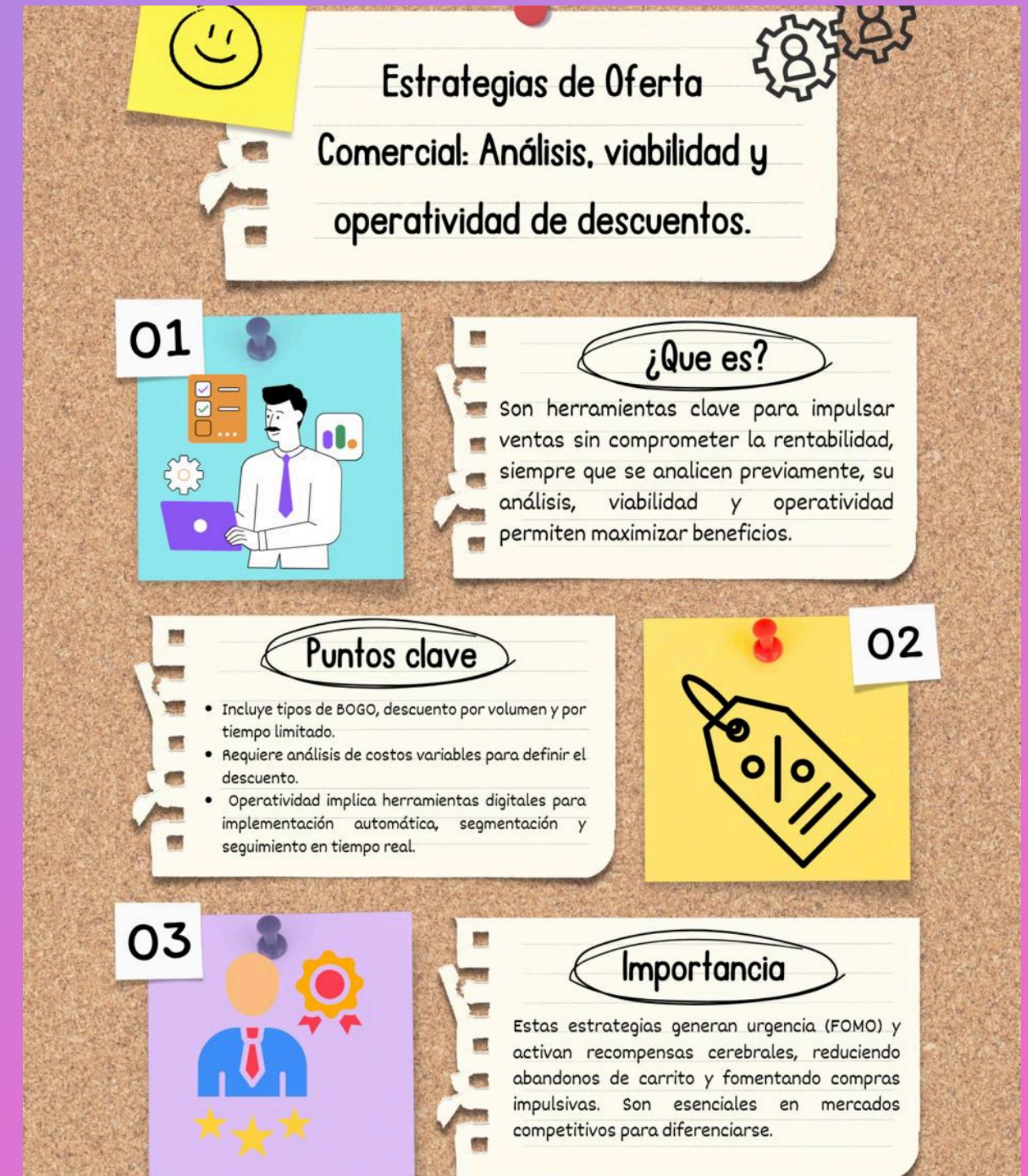
FIDELIZACIÓN

Retener clientes actuales mediante programas de lealtad o recompensas recurrentes.



Introducción

El presente proyecto fue desarrollado en la materia de Medios Promocionales con el propósito de analizar y comprender la importancia de los medios promocionales dentro de las estrategias de mercadotecnia de las empresas. Para llevar a cabo esta actividad, se creó un grupo en Facebook donde se realizaron diversas publicaciones relacionadas con el uso de medios promocionales, su impacto en los consumidores y la manera en que las empresas los utilizan para promocionar productos y servicios. Durante el desarrollo del proyecto se realizaron investigaciones, organización de temas, lluvia de ideas y distribución de tareas entre los integrantes del equipo. Además, se elaboraron publicaciones informativas y dinámicas con el objetivo de compartir contenido relevante y generar interacción dentro del grupo.



Problema

Actualmente muchas empresas no aprovechan correctamente los medios promocionales o desconocen la importancia que tienen para atraer clientes y posicionarse en el mercado. Además, en ocasiones no se utilizan las plataformas digitales de manera estratégica para comunicar productos, servicios o promociones.

Por ello, surgió la necesidad de investigar y analizar cómo funcionan los medios promocionales y de qué manera las empresas pueden utilizarlos correctamente para mejorar su comunicación con el público y aumentar su alcance mediante redes sociales y medios digitales.



Justificación

Este proyecto se realizó con la finalidad de aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos en la materia de Medios Promocionales. La creación de un grupo de Facebook permitió utilizar una herramienta digital accesible y dinámica para compartir información, interactuar y difundir contenido relacionado con estrategias promocionales.

Además, este trabajo ayudó a desarrollar habilidades de investigación, creatividad, organización y trabajo en equipo, así como comprender la importancia de las redes sociales como medio de promoción en la actualidad.



Objetivo

Objetivo general:

Analizar la importancia de los medios promocionales y su aplicación dentro de las empresas mediante la creación y administración de un grupo de Facebook con contenido informativo y dinámico.

Objetivos específicos:

- Investigar diferentes tipos de medios promocionales utilizados por las empresas.
- Realizar publicaciones relacionadas con estrategias promocionales y marketing.
- Fomentar el trabajo en equipo mediante la organización y distribución de tareas.
- Utilizar redes sociales como herramienta de comunicación y promoción digital.

Los canales de exhibición especializada permiten presentar nuestros productos en **entornos estratégicos**, generar **experiencias de marca** y conectar con clientes altamente segmentados.

VISIBILIDAD
CONEXIÓN
VENTAS



FERIAS *Comerciales*

Participar en ferias del sector permite mostrar la marca, captar nuevos clientes y conocer tendencias del mercado.



EXPOSICIONES *Especializadas*

Espacios ideales para demostraciones, lanzamientos y fortalecimiento de la imagen de marca.



OUTLETS *Especializadas*

Ofrecer productos de alta gama a precios accesibles en puntos estratégicos para aumentar volumen de ventas.



que lo prueben antes de comprarlo.

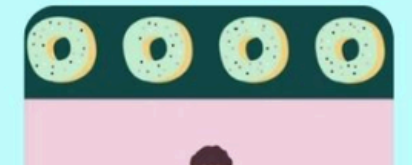


En la práctica, hay que:

- Definir el objetivo y el público objetivo.
- Elegir el producto y el formato de la muestra.
- Distribuirlo en puntos de venta, eventos o por redes/envíos.
- Medir resultados con cupones, códigos o encuestas.

Beneficios de usar muestras gratuitas

- Generan confianza y credibilidad en la marca.



clientes mediante la oferta de premios.

Estas dinámicas implican la venta de boletos o participaciones.



• **Importancia**

Aumentan la notoriedad de la marca y generan engagement en redes sociales o plataformas digitales. Son clave en marketing para captar leads, promover productos y diferenciarse en mercados competitivos

• **Beneficios**

- Atraen nuevos clientes y fidelizan a los existentes al ofrecer premios



Método

El proyecto se llevó a cabo mediante un método de trabajo colaborativo y de investigación aplicada. Primero, el equipo seleccionó y organizó los temas que abordaríamos durante el periodo establecido. Posteriormente, elaboramos un calendario de publicaciones semanales para asegurar la constancia y el orden. Cada integrante realizaba una publicación, la compartía en el grupo y los demás miembros la revisábamos para verificar la claridad, ortografía, coherencia y exactitud de la información. Durante el proceso, surgió la necesidad de ajustar la carga de trabajo debido a que uno de los integrantes no participó. Esto llevó a redistribuir sus actividades entre los tres compañeros restantes, manteniendo el ritmo y la calidad del contenido. Todo el proyecto se desarrolló con base en investigación documental y normas de redacción formal.

enfocan en interactuar directamente con el consumidor.



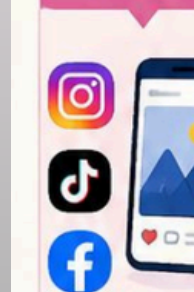
Sampling

- Distribución de muestras
- Ubicación estratégica
- Personal capacitado

Caravanas

- Uso de vehículos publicitarios
- Alta exposición a posibles

SOCIALES



- Plataformas como Instagram, TikTok y Facebook
- Contenido visual y viral

DE INFLUENCERS



- Colaboraciones con creadores de contenido
- Mayor confianza y cercanía con el público

PROGRAMÁTICA



- Anuncios automatizados basados en datos
- Segmentación precisa

INTERACTIVO



- Encuestas, quizzes, videos interactivos
- Mayor participación del usuario

AUMENTADA (AR) Y VIRTUAL (VR)



- Experiencias inmersivas
- Prueba de productos en tiempo real

PERSONALIZADO



- Mensajes adaptados al cliente
- Mayor tasa de conversión

VENTAJAS

- ✓ Alcance global e inmediato
- ✓ Segmentación específica del público

RETOS

- ✗ Saturación de contenido
- ✗ Cambios constantes en algoritmos

Formatos innovadores

Entre los formatos más usados están los videos cortos, lives, stories, videos 360°, anuncios interactivos, pruebas A/B y experiencias con realidad aumentada o virtual.

Estos recursos funcionan bien porque aumentan la interacción y permiten mostrar el producto de una forma más cercana y memorable.



Medios de apoyo

Como medios de apoyo destacan redes sociales, motores de búsqueda, email marketing, podcasts y publicidad en plataformas de streaming. También siguen siendo útiles los soportes impresos como carteles y

Resultados

Durante el desarrollo del proyecto se lograron realizar aproximadamente 15 publicaciones dentro del grupo de Facebook, abordando distintos temas relacionados con los medios promocionales, su importancia y aplicación dentro de las empresas.

Se llevó a cabo una lluvia de ideas para seleccionar los temas principales y organizar el contenido que sería publicado. Posteriormente, el equipo distribuyó tareas para facilitar la investigación, diseño y publicación de la información.

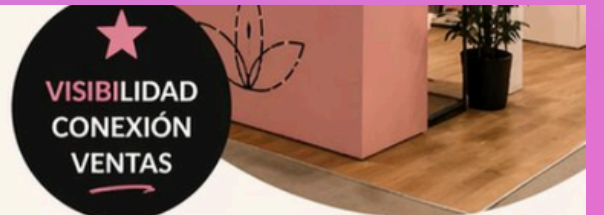
retail, esto suele lograrse con etiquetas EAS, carcassas antirrobo, alarmas, cables retráctiles y videovigilancia.

SISTEMAS MÁS USADOS



1. Etiquetas o sensores antirrobo, que activan alarmas si el artículo sale sin desactivarse.
2. Arcos de seguridad o sistemas EAS, colocados en accesos para detectar artículos protegidos.
3. Carcassas transparentes de seguridad, útiles para perfumes, cosméticos o artículos de alto valor.
4. Cables y guayas de seguridad, que permiten interacción controlada con el producto en exhibición.
5. CCTV o videovigilancia, que complementa la protección y ayuda a disuadir el hurto.

Los canales de exhibición especializada permiten presentar nuestros productos en **entornos estratégicos**, generar **experiencias de marca** y conectar con clientes altamente segmentados.



Participar en ferias del sector permite mostrar la marca, captar nuevos clientes y conocer tendencias del mercado.



Espacios ideales para demostraciones, lanzamientos y fortalecimiento de la imagen de marca.



Ofrecer productos de alta gama a precios accesibles en puntos estratégicos para aumentar volumen de ventas.



Entre los resultados obtenidos se encuentran:

- Mayor comprensión sobre el uso de medios promocionales en las empresas.
- Desarrollo de habilidades en investigación y creación de contenido digital.
- Uso de Facebook como plataforma de comunicación e interacción.
- Organización efectiva del trabajo en equipo.
- Elaboración de gráficas y análisis relacionados con la participación y alcance de las publicaciones.



También se observó que las redes sociales representan una herramienta importante para promocionar información de manera rápida y accesible, permitiendo llegar a diferentes públicos mediante contenido visual e informativo.

El proyecto permitió aplicar conocimientos teóricos vistos en clase a una actividad práctica, fortaleciendo la creatividad y la capacidad de administración de contenido digital.



Formatos innovadores

Entre los formatos más usados están los videos cortos, lives, stories, videos 360°, anuncios interactivos, pruebas A/B y experiencias con realidad aumentada o virtual.

Estos recursos funcionan bien porque aumentan la interacción y permiten mostrar el producto de una forma más cercana y memorable.



Medios de apoyo

Como medios de apoyo destacan redes sociales, motores de búsqueda, email marketing, podcasts y publicidad en plataformas de streaming. También siguen siendo útiles los soportes impresos como carteles y

Conclusión

En conclusión, este proyecto nos permitió comprender de manera práctica la importancia de los medios promocionales dentro de la mercadotecnia y la comunicación empresarial. A través de la creación y administración del grupo de Facebook, se logró compartir información relevante y aplicar estrategias de contenido digital relacionadas con el tema.

Además, el trabajo en equipo fue fundamental para organizar las actividades, dividir responsabilidades y cumplir con las publicaciones establecidas. Gracias a esto, se fortalecieron habilidades como la creatividad, la investigación, la comunicación y la organización.

La experiencia fue positiva, ya que permitió relacionar los conocimientos teóricos con una actividad dinámica y actual, utilizando las redes sociales como herramienta de promoción e interacción. Finalmente, el proyecto ayudó a comprender cómo las empresas pueden utilizar los medios promocionales para mejorar su presencia y comunicación con el público.

