

editorial  
**fontamara**



VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

# EMPRENDIMIENTO Y MERCADOTECNIA



Coordinadores:

**FRANCISCO ALONSO ESQUIVEL**

**JESÚS ROBERTO GARCÍA SANDOVAL**

**LUIS ALBERTO ALDAPE BALLESTEROS**

# **EMPRENDIMIENTO Y MERCADOTECNIA**

Versión preliminar

---

Emprendimiento y mercadotecnia / Francisco Alonso Esquivel, Jesús Roberto García Sandoval, Luis Alberto Aldape Ballesteros, coordinadores.—Cd. Victoria, Tamaulipas : Universidad Autónoma de Tamaulipas; Ciudad de México: Editorial Fontamara, 2025.

175 págs. ; 17 x 23 cm.

1. Empresas de negocios

LC: **HD62.5 E4.7 2025**

DEWEY: **338.7 KJH**

---

Universidad Autónoma de Tamaulipas  
Matamoros SN, Zona Centro  
Ciudad Victoria, Tamaulipas C.P. 87000  
D. R. © 2025

Consejo de Publicaciones UAT  
Centro Universitario Victoria  
Centro de Gestión del Conocimiento. Segundo Piso  
Ciudad Victoria, Tamaulipas, México. C.P. 87149  
Tel. (52) 834 3181-800 • extensión: 2905  
*publicaciones@uat.edu.mx • www.uat.edu.mx • https://libros.uat.edu.mx/*

Libro aprobado por el Consejo de Publicaciones UAT  
ISBN UAT: 978-970-96178-2-5

Editorial Fontamara, S.A. de C.V.  
Av. Hidalgo No. 47-B, Colonia Del Carmen  
Alcaldía de Coyoacán, 04100, CDMX, México  
Tels. 555659-7117 y 555659-7978  
*contacto@fontamara.com.mx • coedicion@fontamara.com.mx • www.fontamara.com.mx*  
ISBN Fontamara: 978-968-9729-41-9

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra incluido el diseño tipográfico y de portada, sea cual fuera el medio, electrónico o mecánico, sin el consentimiento del Consejo de Publicaciones UAT.

Libro digital

**Esta obra y sus capítulos fueron sometidos a una revisión de pares a doble ciego, la cual fue realizada por especialistas pertenecientes al Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores. Así mismo, fueron aprobados para su publicación por el Consejo de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Tamaulipas y el Comité Interno de la editorial Fontamara.**



# EMPRENDIMIENTO Y MERCADOTECNIA

FRANCISCO ALONSO ESQUIVEL  
JESÚS ROBERTO GARCÍA SANDOVAL  
LUIS ALBERTO ALDAPE BALLESTEROS

**COORDINADORES**





MVZ MC Dámaso Leonardo Anaya Alvarado  
PRESIDENTE

Dr. Fernando Leal Ríos  
VICEPRESIDENTE

Dra. Dora María Lladó Lárraga  
SECRETARIA TÉCNICA

Mtro. Eduardo García Fuentes  
VOCAL

Dra. Rosa Issel Acosta González  
VOCAL

CP Jesús Francisco Castillo Cedillo  
VOCAL

MVZ Rogelio de Jesús Ramírez Flores  
VOCAL

**Comité Editorial del Consejo de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Tamaulipas**

**Dra. Lourdes Arizpe Slogher** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Amalio Blanco** • Universidad Autónoma de Madrid, España | **Dra. Rosalba Casas Guerrero** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Francisco Díaz Bretones** • Universidad de Granada, España | **Dr. Rolando Díaz Lowing** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Manuel Fernández Ríos** • Universidad Autónoma de Madrid, España | **Dr. Manuel Fernández Navarro** • Universidad Autónoma Metropolitana, México | **Dra. Juana Juárez Romero** • Universidad Autónoma Metropolitana, México | **Dr. Manuel Marín Sánchez** • Universidad de Sevilla, España | **Dr. Cervando Martínez** • University of Texas at San Antonio, E.U.A. | **Dr. Darío Páez** • Universidad del País Vasco, España | **Dra. María Cristina Puga Espinosa** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Luis Arturo Rivas Tovar** • Instituto Politécnico Nacional, México | **Dr. Aroldo Rodrigues** • University of California at Fresno, E.U.A. | **Dr. José Manuel Valenzuela Arce** • Colegio de la Frontera Norte, México | **Dra. Margarita Velázquez Gutiérrez** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. José Manuel Sabucedo Cameselle** • Universidad de Santiago de Compostela, España | **Dr. Alessandro Soares da Silva** • Universidad de São Paulo, Brasil | **Dr. Akexandre Dorna** • Universidad de CAEN, Francia | **Dr. Ismael Vidales Delgado** • Universidad Regiomontana, México | **Dr. José Francisco Zúñiga García** • Universidad de Granada, España | **Dr. Bernardo Jiménez** • Universidad de Guadalajara, México | **Dr. Juan Enrique Marciano Medina** • Universidad de Puerto Rico-Humacao | **Dra. Ursula Oswald** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Arq. Carlos Mario Yori** • Universidad Nacional de Colombia | **Arq. Walter Debenedetti** • Universidad de Patrimonio, Colonia, Uruguay | **Dr. Andrés Piqueras** • Universitat Jaume I, Valencia, España | **Dra. Yolanda Troyano Rodríguez** • Universidad de Sevilla, España | **Dra. María Lucero Guzmán Jiménez** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dra. Patricia González Aldea** • Universidad Carlos III de Madrid, España | **Dr. Marcelo Urra** • Revista Latinoamericana de Psicología Social | **Dr. Rubén Ardila** • Universidad Nacional de Colombia | **Dr. Jorge Gissi** • Pontificia Universidad Católica de Chile | **Dr. Julio F. Villegas †** • Universidad Diego Portales, Chile | **Ángel Bonifaz Ezeta †** • Universidad Nacional Autónoma de México

# ÍNDICE

## PRÓLOGO

9

## CAPÍTULO 1. PROPUESTA DE IDEA DE NEGOCIO

13

Francisco Alonso Esquivel

Erik Treviño Maldonado

## CAPÍTULO 2. TIPOS DE EMPRENDIMIENTO

31

Sonia Edith Reyna Moreno

Joel Rodríguez Soto

## CAPÍTULO 3. REDES SOCIALES PARA EL EMPRENDIMIENTO

39

Arturo Durán Benavides

Claudia Rita Estrada Esquivel

## CAPÍTULO 4. TIPOS DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRENDEDORES

53

Bertha Lizeth Carballo Tellez

Olibama Ramírez Padilla

## CAPÍTULO 5. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

63

Karen Quintero Álvarez

Daniel Alberto Banda Cruz

## **CAPÍTULO 6. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE MERCADOS** **77**

Víctor Alfonso Salazar Flores

Abel Cruz Catalán

## **CAPÍTULO 7. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA DE MERCADO** **89**

Rafael Medina Orozco

Abdon Hernandez Alvarado

## **CAPÍTULO 8. ESTRATEGIA DE PRECIO, PRODUCTO Y SERVICIO** **99**

Cynthia Margarita Gómez Ruiz

Cynthia Berenice Castro Aranda

## **CAPÍTULO 9. ESTRATEGIAS DE VENTA Y PROMOCIÓN** **111**

Olga Ellinor Castrellón Rodríguez

Rogelio Barreda Treviño

## **CAPÍTULO 10. EL VALOR DE LA MARCA** **123**

Indira Lizeth de la Garza López

Jorge Luis Nieto Claudio

## **CAPÍTULO 11. GESTIÓN Y PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA MERCADOTECNIA** **133**

Miguel Angel Reyes Cerrillo

Alejandra López Guerrero

## **CAPÍTULO 12. PORTAFOLIO EMPRESARIAL** **145**

Juan Carlos Rea Anguiano

Mónica Rea Anguiano

## **CAPÍTULO 13. RETOS DEL EMPRENDIMIENTO** **155**

Víctor Manuel Fuentes Hernández

Servando Jaziel Aguayo García

## **CAPÍTULO 14. REQUISITOS PARA EL REGISTRO DE EMPRESAS Y TIPOS DE MIPYMES** **169**

Luis Alberto Aldape Ballesteros

Aldo García Tapia

Esta guía abarca los pasos esenciales para lanzar y gestionar con éxito un negocio. Comienza destacando la importancia de contar con una idea de negocio bien fundamentada, ya que es crucial evaluar su viabilidad y su potencial de mercado. A continuación, explora las diferentes formas de emprender, desde las tradicionales hasta las más innovadoras.

Las redes sociales son fundamentales para promocionar productos o servicios, conectarse de manera auténtica con los clientes y entender sus necesidades. En cuanto al financiamiento, el libro explica las opciones disponibles, como préstamos bancarios y distintos tipos de crédito.

Otro aspecto clave es comprender el comportamiento del consumidor y la segmentación del mercado. Se hace hincapié en la investigación de mercados, tanto cualitativa como cuantitativa, como un recurso invaluable para conocer en profundidad al cliente y al entorno en el que se desenvuelve el negocio.

El texto también aborda cómo desarrollar estrategias de precios, productos y servicios que aporten valor real, así como la importancia de implementar tácticas de venta y promoción efectivas para maximizar las ventas. Además, construir una marca sólida es crucial, ya que una buena reputación genera confianza y fidelidad entre los clientes.

Por último, el libro ofrece una guía práctica para la planificación estratégica en mercadotecnia, la creación de un portafolio diversificado y la gestión de los desafíos comunes que enfrentan los emprendedores. También incluye consejos sobre cómo registrar una empresa y las diferentes categorías de mipymes.

ISBN UAT: 978-970-96178-2-5  
ISBN Fontamara: 978-968-9729-41-9

