

Resumen

En este contenido se presenta un enfoque práctico que transforma la teoría en acción, permitiendo comprender la estrategia de mercadeo desde su base investigativa hasta su ejecución final. Este trabajo refleja el desarrollo lógico y estructurado de una estrategia de marketing basada en un estudio realizado para la marca Auri Proyectos Inmobiliarios, una marca nueva en el sector, pero respaldada por más de 30 años de experiencia gerenciando y estructurando proyectos de alto rango en Antioquia. El propósito del análisis fue demostrar cómo las tendencias del mercado pueden orientar a las empresas en la toma de decisiones estratégicas en momentos determinados, considerando factores externos y la evolución tecnológica. Para ello, se realizaron encuestas dirigidas a un público exclusivo perteneciente al segmento objetivo de la marca. Además, se presentan evidencias y resultados finales de la ejecución, lo que permite una retroalimentación completa y una visión integral del proceso de principio a fin.

Palabras clave: Tendencias de marketing, sector inmobiliario, mercadeo, publicidad, marketing, estrategias, comunicaciones, metodologías cualitativas.