



## La mercadotecnia y las empresas zamoranas

Osvaldo Rivera, Regina Valdés Castillo, Diego Armando Velázquez Ayala, Fco. Javier Velázquez Ayala, Daniel Vega Solorio, Adriana Ceja Patiño, Néstor Ulises Hernández Cárdenas y Juan Carlos Ramos Espinoza

Estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia Integral de la Universidad del Valle de Atemajac Plantel Zamora



Mtra. Sandra Marcela Ayala Rodríguez  
Asesora

30 de noviembre de 2018

### Introducción

La mercadotecnia es una herramienta de gran utilidad para las empresas, sin importar el tamaño de estas, su importancia radica en diversos beneficios, uno de los más importantes es la oportunidad de conocer mejor el mercado, para crear estrategias y aplicar acciones más acertadas para optimizar recursos e incrementar la utilidad.

Esta área nos ofrece diversas subáreas las cuales pueden traer grandes beneficios con pequeñas acciones y en ocasiones poca inversión, por ejemplo, el crear presencia en [redes sociales](#) puede incrementar tu alcance de mercado, fortalecer las relaciones con los clientes, mejorar la imagen del negocio, entre otros beneficios.

A su vez la mercadotecnia se puede usar también como una guía para la organización, con el fin de que todos los colaboradores funcionen en sincronía de acuerdo a la filosofía y fases estructurales de la empresa. La reputación del negocio se puede pulir y transformar en reconocimiento de [marca](#), concepto al cual se puede llegar gracias al uso del [branding](#), una herramienta de la mercadotecnia que nos sirve para constituir la identidad del negocio, de manera que el mercado reconozca el negocio mediante algún elemento diferenciador que lo distinga, una experiencia o una historia que lo caracterice.

Los pequeños y medianos negocios son diamantes en bruto para los mercadólogos, ya que es una fuente para crear grandes empresas, sabiendo emplear las herramientas de marketing adecuadas a cada caso, la importancia radica en conocer a fondo el negocio, conocer sus fortalezas para saber cómo potenciarlas y sus debilidades para identificar como atacarlas.

### La región Zamora y la mercadotecnia

Cabe destacar que la región de Zamora tiene un área de oportunidad muy grande en mercadotecnia, ya que un denominador común son los nuevos emprendedores, quienes podrían verse beneficiados al utilizarla. Lo difícil es saber cómo hacerlo y como mantenerlo

y para ello es importante dar a conocer que la mercadotecnia es una vía con mucho potencial para hacer que un nuevo negocio o incluso uno ya establecido crezca y tenga posibilidades de éxito.

## Mercadotecnia para emprender negocios

Tras la poca confianza que se tiene al estudio de la mercadotecnia y sus aplicaciones en entornos laborales y empresariales para poder llevar a un negocio local a tener una mayor posibilidad de éxito, es importante resaltar algunos de los puntos más indispensables de acuerdo a la mercadotecnia para poder emprender un negocio. Dichos temas van de la mano en conjunto y son aplicables para cualquier tipo de empresa ya sea de producto o servicio y pueden ser aplicables para las empresas de la región de Zamora.

Temas como el *branding*, un plan de marketing, la investigación de mercados, la segmentación correcta y aplicada y el manejo de redes sociales son herramientas útiles, que siendo aplicadas y diseñadas de manera correcta y por expertos en el área generan un amplio panorama de éxito empresarial y alta probabilidad de crecimiento y reconocimiento si se lleva de la mano de lo que las empresas actuales ya manejan actualmente.

## Plan de marketing

El *plan de marketing* es una herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. Consiste en fijar las estrategias que deben realizar el área del marketing, para alcanzar los objetivos señalados. Este se debe hacer de manera coordinada y congruente con el plan estratégico, siendo necesario realizar adaptaciones al plan general de la empresa (Marketing XXI, s.f. a).

Es importante considerar que en marketing como en cualquier otra actividad gerencial, toda acción que se ejecuta sin la debida planificación supone al menos un alto riesgo de fracaso o amplio desperdicio de recursos y esfuerzos (Marketing XXI, s.f. a).

El plan de marketing proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir en el camino hacia la meta, a la vez informa con detalle de la situación y posicionamiento en los que nos encontramos, marcándonos las etapas que se han de cubrir para su consecución. Tiene la ventaja añadida de que la recopilación y elaboración de datos necesarios para realizar este plan permite calcular cuánto se va a tardar en cubrir cada etapa, dándonos así una idea clara del tiempo que debemos emplear para ello, qué personal debemos destinar para alcanzar la consecución de los objetivos y de qué recursos económicos debemos disponer. (Marketing XXI, s.f. a)

La región de Zamora aún no se siente capaz de aplicar la mercadotecnia en sus empresas por miedo a fallar y perder la poca o mucha inversión que se ha invertido en la empresa, lo que conlleva a que más empresas continúen así y el crecimiento no resulte tan rentable. Claro es muy importante recalcar que todas las empresas deberían hacer su propio plan de marketing para tener claro sus metas y en el proceso ir aprendiendo e innovando para que sea satisfactorio los resultados que va tendiendo a la empresa.

## Investigación de mercados

Es la recopilación y el análisis de información en lo que respecta a la empresa y el mercado, realizados de forma sistemática para poder tomar decisiones de marketing estratégico y operativo. Se considera una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias adecuadas a sus necesidades, intereses y metas (Marketing XXI, s.f. b).

Como se sabe, el Mercado en Zamora es muy complicado como también el crecimiento de las empresas. Las empresas no comprenden del todo a sus consumidores y sus preferencias, la mayoría no les interesa hacer una investigación de mercados no gastan en eso, pero no cuentan con información esencial antes de dar comienzo a cualquier proyecto. Los beneficios de la investigación de mercados son importantes para una empresa sobre todo para las pequeñas empresas que van comenzando, ya que ayuda a conocer bien a los consumidores, una parte fundamental a la hora de poder comunicarnos con ellos.

Gracias a esta herramienta tan útil en las pequeñas empresas en Zamora se podrán identificar oportunidades para crecer y aumentar beneficios, crear estrategias de acuerdo al consumidor, reconocer los cambios, la demanda de sus productos o servicios, así como identificar competidores.

## Segmentación

Hoy en día el mercado global esta sobrecargado de empresas que buscan promover satisfactoriamente su producto o servicio, y muchas de estas empresas compiten con un sinnúmero de empresas similares.

Por tal motivo algunas empresas fracasan pensando pobremente que fue porque no tuvo éxito el producto o servicio ofrecido, pero otras pueden concluir de manera exitosa con su venta de un bien o servicio, sobresaliendo estas sobre las empresas competidoras o empresas que lo rodean.

¿Qué es lo que hizo la diferencia entre ambas empresas? pueden influir un sinnúmero de factores, pero la mayoría van enfocados a la mercadotecnia, el porcentaje de negocios más amplio que fracasa dentro del mercado, es por no hacer una correcta aplicación del marketing y es aquí donde llegamos a una maravillosa técnica llamada [segmentación](#).

En el mundo del marketing, uno de los conceptos primordiales a la hora de trabajar en este sector, es el de [segmentación de mercados](#), ya que esta técnica ayuda las empresas a satisfacer única y exclusivamente las necesidades de su público meta, y con ello llevarles una mejor y grata experiencia al momento de su compra.

La segmentación según Patricio Bonta y Mario Farber, es "el proceso por medio del cual se divide el mercado en porciones menores de acuerdo con una determinada característica, que le sea de utilidad a la empresa para cumplir con sus planes. Al segmentar el mercado se pueden maximizar los esfuerzos de marketing en el segmento elegido y se facilita su conocimiento". (Thompson, 2005)

Teniendo ya en claro lo que es la segmentación podemos hablar del beneficio que traería aplicar esta técnica en los establecimientos de la región, ya que en base a la observación de diversas empresas se ha percibido como las empresas zamoranas en su mayoría dejan de maximizar el provecho de venta hacia sus consumidores, debido a falta o mala aplicación de dicha técnica.

Estos son algunos de los beneficios que puede conseguir una empresa con una técnica de segmentación de mercados correcta (Retos Directivos EAE Escuela de Negocios, s.f.):

- Incrementa la posibilidad de satisfacer las necesidades de cada segmento de mercado
- Permite seleccionar las estrategias más adecuadas para cada segmento.
- Favorece un mayor aprovechamiento de los recursos y disminución de los costos
- Puede descubrir nuevos nichos de mercado.
- Mejora la imagen de tu negocio y favorece una mayor ventaja competitiva.

## Branding

En la actualidad es un error no implementar estrategias de marketing en un negocio, muchas de las veces son por falta de conocimiento y no tener la información correcta, la cual es un fracaso seguro de muchos negocios en la región.

Se debe tomar en cuenta varios puntos de la mercadotecnia para poder si quiera hacer un proyecto empresarial. Desde cómo segmentar, realizar un logotipo o slogan, ajuste de los precios o simplemente saber cómo vender de una forma correcta a tu mercado meta. ¿Pero qué otra cosa puedes hacer para que tu negocio de resultado? La respuesta es hacer un *branding corporativo*.

El branding corporativo es el proceso de construcción de una marca reconocible, con personalidad y que se recuerda por unos conceptos o ideas muy claras. Eso es branding corporativo. La capacidad de asociar y posicionar una marca como el Top of Mind de tu memoria. La primera que aparece con un concepto y que se posiciona por encima del resto. (Pastor, 2015)

En otras palabras, es crear un negocio que todos identifiquen, que se distinga por algo ante la competencia directa, presumiendo de buena forma siempre las ventajas que se tiene como empresa ante el resto del sector provocando inconscientemente ser la primera opción del consumidor.

Algunos puntos para hacer un branding exitoso son los siguientes:

- Nombre de la empresa. Un nombre adecuado que facilite el recuerdo y el asociamiento del concepto que quieres que los clientes vean.
- Identidad corporativa. Que a través de tu logotipo, slogan, isotipo y tipografía representen lo que la empresa quiere comunicar a sus clientes.
- Comunicación. Los medios de comunicación de una empresa hacia los clientes, para resolver cualquier duda o inquietud a través de *redes sociales* (Facebook, Instagram, email) entre otras.
- Valor agregado. Una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio con el fin de darle un mayor valor en la percepción del consumidor.

Sin duda estos puntos son de gran importancia para el desarrollo del branding en los negocios de Zamora. Es la forma de conseguir más clientes fieles a tu producto o servicio y de dar la percepción que se desea dar, cuidando cada elemento y no salir del contexto ante los consumidores. De lo que quieres comunicar, dando ideas claras y concretas para tener el éxito en la empresa.

## Redes sociales

Hoy en día las *redes sociales* son una de las herramientas más utilizadas en las empresas. Este medio de comunicación es usado por las empresas para dar a conocer nuevos productos que estén implementando, para realizar estudios y conocer lo que piensa sus consumidores, para estar en comunicación con los consumidores y poder brindar información acerca de la empresa o algún producto en específico.

En México, 80.5% de los internautas ingresa a sus cuentas de redes sociales a diario, según [...] la Encuesta Nacional del Gabinete de Comunicación Estratégica del año 2015, es decir que más de 43.3 millones de mexicanos usan las redes sociales. (Iván Lavín, 2017)

La mayor parte de la población usa las redes sociales, esto significa que las empresas deben usar de una manera efectiva estas redes para poder captar la mayor parte de la audiencia y así ser reconocido a nivel que se desea alcanzar.

Hoy más que nunca debemos usar las redes sociales para dar a conocer nuestras empresas, publicar promociones, mostrar las características, ventajas y beneficios de nuestros productos y servicios y así con esta poderosa herramienta vender y generar por consiguiente lealtad. (Iván Lavín, 2017)

Las empresas que hoy en día usan redes sociales están haciendo un mal uso de las mismas, las redes sociales pueden ser el medio más efectivo de comunicación, etc. Sin embargo, a lo largo del tiempo las microempresas siguen sin creer el potencial que podrían tener con esta herramienta, pueden alcanzar un gran nivel de audiencia al ser manejadas de la mejor manera.

En Zamora las empresas siguen sin confiar en las redes sociales, una de las razones principales es el costo que puede generar las mismas, sin saber en realidad los beneficios que estas pueden tener para la empresa.

Para poder alcanzar el mayor número de audiencia es necesario contratar a una persona que se encargue de las diferentes cuentas que se van a llevar en la empresa para crear contenido de calidad y apropiado con lo que la empresa quiere mostrar. Además de que se podría usar herramientas como el pago por publicidad que ayudaría a que tu empresa este con una mayor visualización en el segmento al que se esté dirigiendo y así generar un alto nivel de lealtad y reconocimiento.

Las empresas en Zamora hoy en día deben apostar más por las redes sociales, ya que el costo de las mismas es menor al de los demás medios que existen y pueden ser de una forma segmentada y se pueden realizar mejores mediciones y el alcance de lo que se ha logrado con las publicaciones realizadas, y así como dice Steven Strauss, "Sin duda, el mayor error que las pequeñas empresas están haciendo en las redes sociales es no usar las redes sociales".

## Conclusión

Es importante comprender que el uso de la mercadotecnia en un negocio pequeño, mediano o grande incrementa la posibilidad de éxito, ya que nos brinda la posibilidad de contar con un estudio estructurado que conlleva distintas herramientas para resolver distintos tipos de problemas a los cuales una empresa se pueda enfrentar.

Debemos reconocer que la correcta aplicación de dichos estudios debe ser aplicada por expertos del área y que se les debe de brindar la confianza para poder lograr los resultados esperados.

La mercadotecnia engloba a muchas ramas las cuales deben de estar entrelazadas para una mejor aplicación de cada una de las partes que esta conforma. Se enfoca en pequeños detalles que los empresarios pequeños no alcanzan a reconocer y unifica los esfuerzos de diferentes áreas para poder encaminar un proyecto a un mayor margen de éxito empresarial.

## Bibliografía

Lavín, I. (13 de abril de 2017). *Redes Sociales y las PYMES*. Recuperado de <http://www.milenio.com/opinion/ivan-lavin/el-santo-grial/redes-sociales-y-las-pymes>

Marketing XXI. (s.f. a). *El plan de marketing en la empresa*. Recuperado de <https://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>

Marketing XXI. (s.f. b). *Concepto de investigación de mercados*. Recuperado de <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

Pastor, J. (12 de agosto de 2015). *Branding corporativo: qué es y cómo aplicarlo en tu empresa*. Recuperado de <https://es.semrush.com/blog/Branding-corporativo-que-es/>

Retos Directivos EAE Escuela de Negocios. (s.f.). *Por qué es necesaria la segmentación de mercados*. Recuperado de <https://www.masquenegocio.com/2015/08/26/segmentacion-mercados/>

Thompson, I. (2005). *La Segmentación del Mercado*. Recuperado de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>

## Imágenes

[https://kevinfresa.files.wordpress.com/2015/03/mercadotecnia\\_publicidad.jpg](https://kevinfresa.files.wordpress.com/2015/03/mercadotecnia_publicidad.jpg)