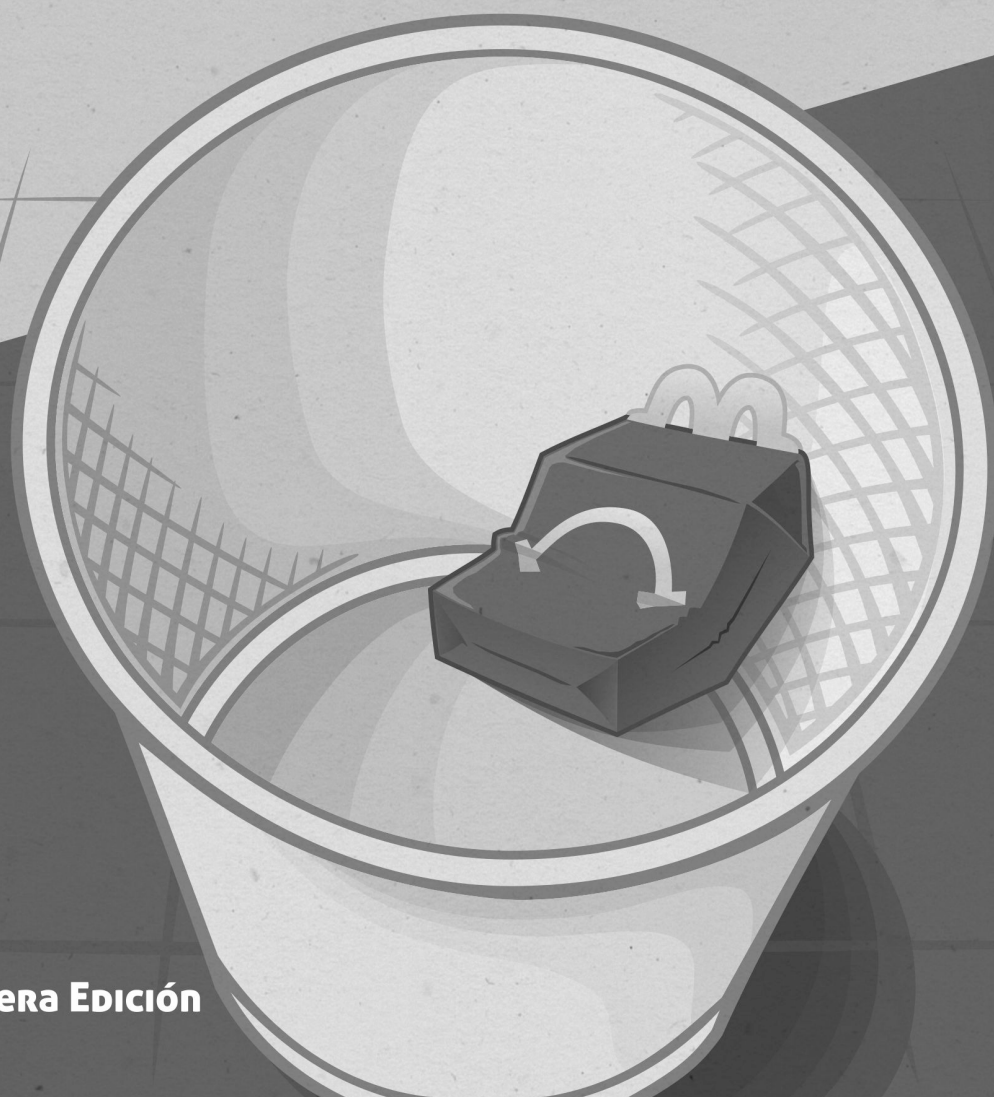


REFLEXIONES ACADÉMICAS DE PROFESIONALES EN FORMACIÓN

Una mirada crítica al mercadeo y publicidad



Primera Edición

DATOS DE CATALOGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.

CÁRDENAS O, LUIS A.

Reflexiones académicas de profesionales en formación: una mirada crítica al mercadeo y publicidad. Primera edición.

AUTORESEEDITORES, Colombia, 2016

ISBN: 978-958-48-0013-8

Área: Mercadeo y Publicidad

Formato: 17 x 24 cm

Páginas: 148

Compilador y editor: Luis Alberto Cárdenas Otaña
e-mail: luissalberto@hotmail.com

Diseño e ilustración: Fredy Alexander Gutiérrez Bustos
Contacto: www.incrio.com – info@incrio.com

Corrección de estilo: Carlos Felipe Villa Peña
e-mail: carlos.felipe.villa@hotmail.com

PRIMERA EDICIÓN, 2016

Cámara Colombiana del Libro. Radicación Núm. 234391

Queda prohibida la reproducción total o parcial de este libro, por cualquier proceso reprográfico fónico, especialmente por fotocopia, microfilme, *offset* o mimeógrafo, que no sea autorizada por el editor: Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993. También queda prohibida toda forma de ánimo de lucro a partir de la información aquí compilada, sin el previo reconocimiento a los coautores. Esta edición es gratuita y su editor no ha visto ninguna forma de remuneración económica o en especie por la compilación de los trabajos académicos aquí consignados.

ISBN VERSIÓN IMPRESA: 978-958-48-0013-8

Impreso por AUTORESEEDITORES

Impreso en Colombia. *Printed in Colombia.*

“Un agradecimiento desde el alma,
a cada uno de ustedes que aporta al
enriquecimiento intelectual del país”

CARTA A LOS AUTORES

Estimado estudiante,

La certeza, es un alarde que rara vez pueden ostentar las estrategias publicitarias, no hay certeza de cuantas veces más su camino se cruzara con el mío, al igual que aún es un misterio para mí, saber que tanto pude aportar en las aulas a su carrera, su profesionalismo y su desarrollo como persona; sin embargo, en el ejercicio reciproco que supone la academia ansío que haya disfrutado de su experiencia tanto como yo disfruté poder ser parte de su formación, este obsequio es un reflejo de sus capacidades, su entereza y desempeño, una pequeña muestra que espero le permita evidenciar el alcance de sus capacidades, una ventana a su propia crítica que le permita retarse a dar pasos más grandes, logros más significativos y sobre todo mantener ese deseo de superación, de su constante búsqueda de la felicidad.

Ha sido sin pedirlo parte de esta primera edición de Reflexiones académicas de profesionales en formación: Una mirada crítica al mercadeo y publicidad durante años, he buscado evidenciar la capacidad analítica del profesional en mercadeo y publicidad, la otra cara detrás de la superficialidad, la banalidad y el consumo innecesario que representamos, siendo su voz, quien lleve a los lectores a una postura más crítica frente a su realidad; su profesión carga una responsabilidad grande, es capaz de enajenar o libertar una nación a su antojo, no desconozca el

alcance de sus conocimientos y aférrese a la ética en esta época de corrupción caprichosa.

Siempre a su servicio.

Luis Alberto Cárdenas Otaya.

CARTA AL LECTOR

Estimado lector,

Es un privilegio contar con su lectura, aquí encontrará una serie de ensayos, que reflejan la postura crítica de los futuros profesionales en mercadeo y publicidad, en sus letras, encontrara algunas revelaciones de las cuales no siempre se es consciente, o, elegimos no serlo, la publicidad aquella que inunda su cotidianidad, atiende no solo sus necesidades, también la de las personas que trabajan detrás de ese comercial en televisión que tanto lo ha hecho reír, o esa página completa en revistas y periódicos que lo han llevado a invertir su dinero en productos y servicios que denotan sus gustos particulares, sin embargo, sabemos que en algún momento se ha cuestionado, se ha preguntado e incluso se ha hartado de tanta publicidad; sea su caso o no, aquí encontrara puntos de vista, que le llevaran a tener una nueva visión en su vida sobre las decisiones que toma, esta es una invitación directa a que sea un consumidor responsable. Al igual que el exceso de alcohol es perjudicial para la salud; el consumo desenfrenado es también perjudicial para su integridad. Consuma sin ser consumido por el consumo impuesto al consumidor...

Y disfrute de la lectura.

ACERCA DE LOS AUTORES

Estudiantes del programa profesional de mercadeo y publicidad. Un grupo diverso en visiones, ilusiones, metas y logros, capaces por igual de ejercer su profesión, defender sus posturas y dar inicio a los más densos debates en su área de formación.

Jennifer Tatiana Acosta Montoya: Estudiante de último semestre de mercadeo y publicidad.

Luisa Fernanda Álvarez Torres: le gusta saber cuáles son las necesidades de las personas, que les gusta y como puede impactar en el mercado.

Laura Daniela Angulo Sandoval: con grandes habilidades en la determinación de un *target*, le gusta utilizar los programas de ilustración y explorar en ellos todas las posibilidades.

María Angélica Araque Neira: Lo que mejor que se le da es la creación de estrategias de mercadeo para llegar a los consumidores, le gusta ver la publicidad.

Angie Tatiana Cárdenas Peláez: Su fortaleza es la descripción de *target* y dar valor a los productos, le gusta la publicidad.

Cristian Camilo Carvajal Mantilla: Su mayor fortaleza son las relaciones públicas, ya que tiene la facilidad para hablar y exponer sus ideas sin ningún temor, lo que más le gusta de su profesión es el contacto con el cliente, la

posibilidad de ofrecer un producto o servicio, transmitir esa necesidad para obtener los bienes o servicios.

Diana Paola Castro Sanabria: Su mejor desempeño lo expresa en el diseño, le gusta utilizar herramientas graficas digitales.

Leidy Daniela Céspedes Parrado: Su fortaleza está en la publicidad, le gusta la fotografía.

Marco Antonio Fula Flórez: Lo que mejor hace es proponer ideas para campañas, pensar en conceptos para las mismas, diseñar piezas publicitarias, editar piezas audiovisuales fotos o video, le gusta expresar sus ideas con piezas gráficas.

Viviana González Ávila: Destaca por el desarrollo de ideas de buenas estrategias de mercado y la visualización de oportunidades de mercado, de su profesión en formación le gusta lo dinámica que es, de no estar en un solo lugar, la interacción que se tiene con las personas y aprender a conocer sus hábitos, y lo más importante, la libre expresión.

María Mercedes Hernández Montoya: Lo que mejor hace en la carrera es todo lo que tiene que ver con publicidad, hace uso de los respectivos programas para desarrollar dicha actividad Corel - Photoshop y lo que más le gusta es la ilustración e investigar contenidos del mercadeo que le llevan a tener mejores conocimientos.

Leidy Viviana Laverde Barajas: Con fuertes habilidades en ventas y mercadeo, disfruta del diseño y el dibujo, elementos que son pilares dentro de su profesión.

Juan Diego León Pinzón: Posee una gran creatividad a la hora de redactar textos para redes sociales y generar ideas para propuestas publicitarias, especialmente BTL, afiches y material gráfico, tiene un gusto por dibujar y materializar ideas que impacten a las personas, que generen experiencias positivas en sus vidas y generar una marca en ellas. Hacer la diferencia.

Leonardo Lesmes Villalobos: Su mayor destreza es la creación de ideas para campañas publicitarias, disfruta de la fotografía y la creación de piezas publicitarias.

Deivy Julián Méndez Muñoz: Destaca en la creación de nuevas estrategias o ideas mientras disfruta de todo tipo de arte.

Jeeferson Andrés Montilla Valencia: Cuenta con fuertes habilidades para sustentar o exponer contenidos, le gusta dentro de su carrera las investigaciones.

Mayuri Yisela Pabón Chingate: Destaca por mantener ideas que por más locas que sean, puede llevar a cabo y crear nuevas cosas, le gusta aprender nuevas cosas y llevarlos en práctica a su vida y si es posible realizarlas.

Cristian Felipe Pulido Ciprian: Lo que mejor sabe hacer es dibujar y todo relacionado con el arte y lo que más le gusta es el manejo de programas y el comportamiento del consumidor.

Giuliana Alexa Rey Rodas: Cuenta con habilidades creativas y es fuerte en la creación de estrategias publicitarias, le apasiona de su carrera las piezas gráficas, la social media manager y las relaciones públicas.

Laura Liliana Rincón Beltrán: Su mayor fortaleza es la facilidad de encontrar una salida creativa visual, representar de una forma divertida y creativa el arte, le gusta el merchandising visual y la expresión artística.

Cristian Camilo Rodríguez Correa: su mayor fortaleza es diseñar o plasmar una idea respecto a una marca o empresa en una imagen o diseño en el computador, lo que más le gusta de su carrera es el amplio campo laboral que abarca, en gran parte en una empresa o multinacional para ejercer en diferentes campos.

Astrid Carolina Rodríguez Rojas: Cuenta con un fuerte análisis de documentos de páginas y redes sociales sobre la mercadotecnia, le gusta diseñar y realizar retoques en Photoshop, igualmente analizar tendencias de mercado digital.

Nancy Verónica Romero Puerto: Lo que más le gusta de su carrera es la interacción que tiene con las personas y que no es monótona ya que considera

que nunca una campaña va hacer igual a otra, lo que mejor hace es escuchar y conocer a clientes para generar ventas.

Lina Isabel Romero Torres: En cuanto a publicidad lo que más destaca es su capacidad para establecer estrategias, las crea, plantea y organiza, reflejándolas en piezas gráficas. Lo que más le gusta es la estrategia creativa.

Doris Carolina Villabon Capera: Su mayor fortaleza en publicidad son las relaciones públicas, mientras que lo que más disfruta del mercadeo y publicidad es la capacidad de romper esquemas y adaptarse rápidamente a los nuevos medios.

Sobre el compilador

Luis Alberto Cárdenas Otaña, profesor del programa de mercadeo y publicidad, en la Corporación Universitaria del Meta, ha orientado grupos multidisciplinarios en pregrado y posgrados, diseño gráfico, arquitectura, comunicación social y periodismo, psicología, especialistas en gerencia de proyectos y especialistas en gerencia educativa, a quienes ha acompañado a través de asignaturas y módulos como han sido fotografía, técnicas de mercadeo, creatividad empresarial, publicidad, diseño publicitario, investigación de mercados, campañas publicitarias, marketing de usos especiales, formulación y evaluación de proyectos, gerencia del conocimiento y la tecnología, principios gerenciales, formulación de proyectos, evaluación de proyectos, formulación y evaluación de proyectos en salud mental.

INDICE

Introducción	23
Capítulo I: Investigación de mercados I.....	25
El marketing vs el consumidor	27
Investigación de mercados en el comportamiento del consumidor.....	31
Investigación sobre los consumidores desde condicionamientos, factores y consecuencias	35
Estrategia de mercadeo y el consumidor.....	39
Comportamiento de los consumidores y consecuencias para el marketing.....	41
Influencia de la investigación de mercados en el comportamiento de los consumidor	45
Consumismos como problema ambiental y social.....	49
Estímulos hacia el consumidor	51
Investigación de mercados desde el comportamiento del consumidor.....	55
Capítulo II: Investigación de mercados II.....	59
El comportamiento del consumidor desde la influencia del aprendizaje modelado.....	61
Investigación de mercado, las estrategias de marketing encaminadas al comportamiento del consumidor	65
La investigación desde el comportamiento del consumidor y las diferentes estrategias de marketing.....	69

Investigación de mercados, consumidor vs marketing.....	73
Investigación de mercados desde el comportamiento del consumidor.....	77
internet un mundo de mercados.....	81
El marketing del comportamiento	85
Desarrollo de internet como herramienta de marketing.....	89
Investigación de mercados desde el comportamiento del consumidor.....	91
Capitulo III: Marketing de usos especiales	93
Las celebridades como medio de persuacion y manipulacion para vender.....	95
La nueva era del marketing.....	99
Consumidos por el consumismo ¿concientes o incocietemente?.....	103
Las celebridades venden	109
Capitulo IV: Campañas	115
¿Porqué se sienten bombardeados por la publicidad?.....	117
La publicidad desde el punto de vista de un estudiante de mercadeo y publicidad.....	121
La publicidad desde una mirada general.....	125
La responsabilidad que implica para el profesional de mercadeo y publicidad ejercer su profesión en su entorno.....	129
Merchandising visual	133
Que implica ser profesional de mercadeo, opinión de un estudiante de mercadeo y publicidad.....	137

Epilogo 141

Bibliografia**¡Error! Marcador no definido.**

INDICE POR AUTORES

Angie Tatiana Cárdenas Pelaez	41
Astrid Carolina Rodríguez Rojas	61
Cristian Camilo Carvajal Mantilla	117
Cristian Camilo Rodríguez Correa.....	35
Cristian Felipe Pulido Ciprian.....	55
Deivy Julian Mendez Muñoz	85
Deivy Julian Mendez Muñoz	99
Diana Paola Castro Sanabria	89
Doris Carolina Villabon Capera	125
Giuliana Alexa Rey Rodas.....	121
Jeeferson Andrés Montilla Valencia.....	27
Jenniffer Tatiana Acosta Montoya	137
Juan Diego León Pinzón	129
Laura Daniela Angulo Sandoval.....	31
Laura Liliana Rincón Beltran.....	133
Leidy Daniela Céspedes Parrado.....	49
Leidy Viviana Laverde Barajas	73
Leonardo Lesmes Villalobos.....	81
Lina Isabel Romero Torres	103
Luisa Fernanda Alvarez Torres.....	45
Marco Antonio Fula Flores.....	39
María Angélica Araque Neira	91

María Angélica Araque Neira	95
María Mercedes Hernández Montoya	51
Maria Mercedes Hernández Montoya	109
Mayuri Yisela Pavón Chingate	69
Nancy Verónica Romero Puerto.....	77
Viviana González Ávila	65

INTRODUCCIÓN

El mercadeo y la publicidad ha sido a lo largo de su corta historia, un elemento inherente a la cotidianidad de las personas, tal es su relación con las personas que estas han dejado de lado cualquier tipo de cuestionamiento hacia las estrategias que son usadas para invitar al consumidor a ocupar su lugar dentro de nuestro modelo económico actual; es que es indispensable para funcionar como modelo económico el consumo continuo por parte de todos, en una economía tan frágil como la que dirige el mundo, una bola de nieve colina abajo es la que nos mantiene vigentes, todos cooperamos en mantener esta dinámica, unos más activos que otros, otros más conscientes que alguno y algunos que intentan dejarlo pero no pueden.

A lo largo de este libro, las diversas reflexiones del grupo de estudiantes que las escribieron, desde las visiones dadas por las asignaturas de su proceso de formación como es investigación de mercados en quinto semestre, investigación de mercados dos, en sexto semestre, la electiva cuatro: marketing de usos especiales de séptimo semestre y campañas en octavo, tendrán como objetivo, invitarlo a cuestionar lo que ese elemento inherente a su vida (mercadeo y publicidad) ha contribuido o perjudicado su calidad de vida hasta hoy, ansia el día que la verdad no sea un privilegio y para ese entonces ya tengas una visión clara y una postura crítica frente a las acciones de los profesionales en mercadeo y publicidad que han tomado para dar continuidad al mayor placer del hombre, su consumo.

CAPITULO I

REFLEXIONES ABORDADAS DESDE:
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I

