



EL MARKETING SOCIAL: EVALUACIÓN DE UNA CAMPAÑA CHILENA

**CARMEN PATRICIA HERRERA R.
DANIELA PATRICIA VALDENEGRO Z.**

INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

RESUMEN

El Marketing Social, es un nuevo concepto de Marketing, el cual utiliza principios y técnicas conocidas con el objetivo de modificar una idea , conducta o practica social, que permita alcanzar el bien común, objetivo ultimo de esta disciplina.

Se escogió una campana de cambio social para determinar la relación costo beneficio, para lo cual se utilizo la siguiente metodología:

- a) Evaluación semiológica de los spots y reportajes de dicha campana. (Modelo semiológicos tienen como finalidad el estudio del lenguaje de los signos).
- b) Investigación de Mercado, con elaboración de una encuesta que permitiera determinar si la campana publicitaria televisiva consiguió el cambio deseado.

La campana publicitaria escogida para la realización de este estudio fue la desarrollada por la institución benefactora Hogar de Cristo, Llamada "50 mil nuevos socios".

Del estudio realizado se concluye:

La campana publicitaria en estudio logro el objetivo planteado de aumentar el numero de socios, sobrepasando en gran medida la meta propuesta.

La televisión influyo, de manera considerable en los nuevos socios, en la decisión de ingresar al Hogar de Cristo, principalmente a través de los reportajes.