



El marketing.

- Pilares disciplinares para asegurar experiencias satisfactorias.
- Proceso enfocado en descubrir demandas para responder con propuestas e intercambiar beneficios.
- Proceso de observar, de empatizar, de relacionar y diseñar.
- Crea valor, lo entrega y lo recibe; sobre recursos y riesgos proyectables.

Proceso de Compra



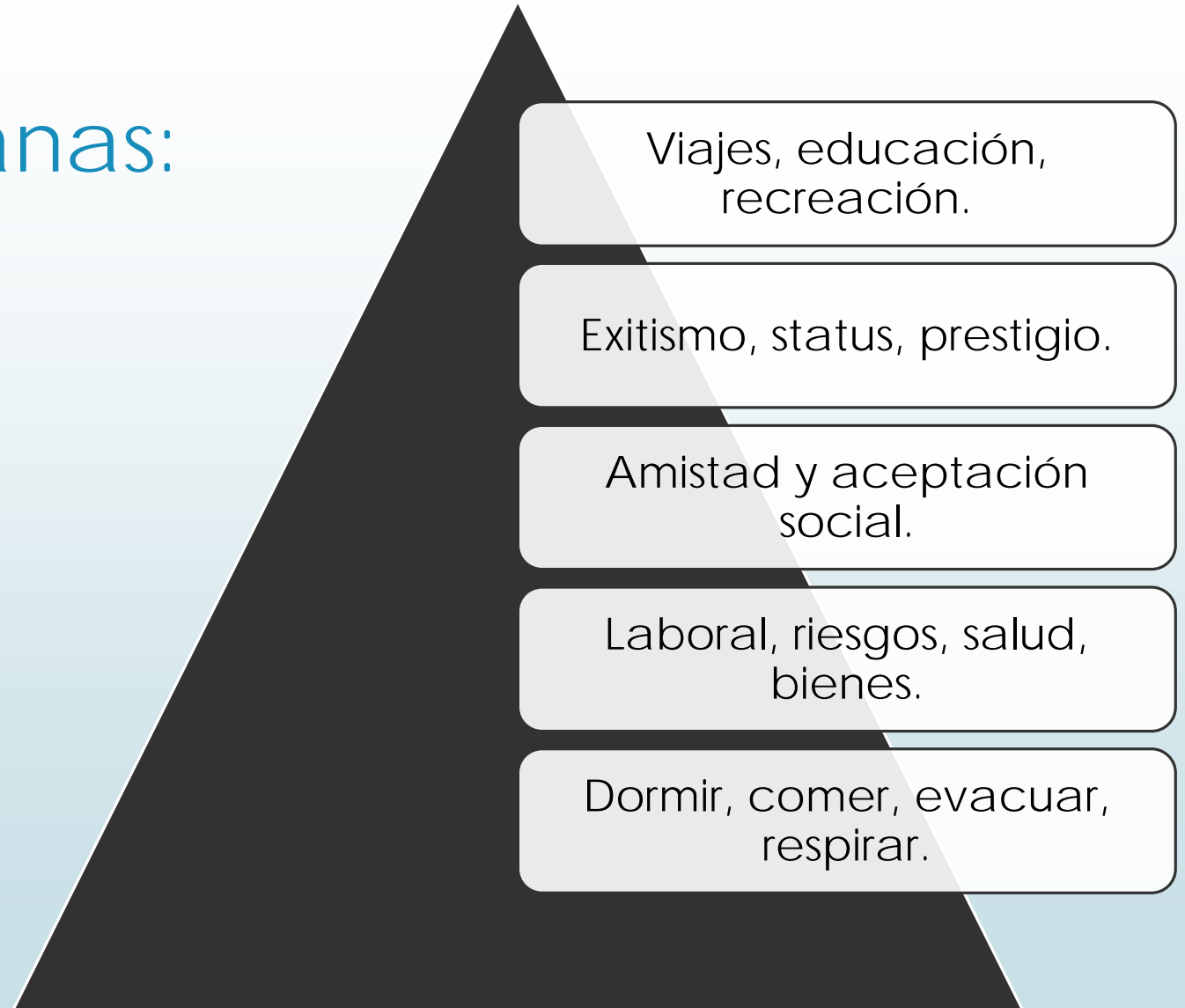
Las personas:

- Sus necesidades superiores e inferiores según Maslow,
- Sus dimensiones biológicas, intelectual, espiritual, social, emocional.
- Sus búsquedas y propósitos.



Necesidades humanas:

- Sensación de carencia, preocupación y dolor.
- Aplicaciones y comparaciones.
- Ejemplos de marcas y productos.





Los deseos humanos:

- Orientación personal hacia un satisfactor preferido/ específico.
- Dinámicos, variantes con el tiempo, la cultura y la personalidad.
- Son el motor del consumo.
- Son inagotables.
- Movilizados es mayor medida por la emoción y la irracionalidad.
- Estimulados por la publicidad, las promociones y las redes sociales.



The diagram features two main horizontal sections. The top section has a blue rounded rectangle on the left containing the text 'Oferta de marketing'. To its right is a light blue arrow pointing right, containing a bulleted list: '• Productos,', '• Servicios,', '• Ideas,', and '• Experiencias.'. The bottom section has a green rounded rectangle on the left containing the text 'Valor y satisfacción del cliente'. To its right is a light green arrow pointing right, containing a bulleted list: '• Expectativas,', '• Percepción', '• Relaciones e', and '• Intercambio.'. On the far right, vertical text reads 'Las propuestas comerciales vs las personas:'. The background is light blue with a dark blue arrow pointing right at the top left and some curved lines on the left side.

Oferta de marketing

- Productos,
- Servicios,
- Ideas,
- Experiencias.

Valor y satisfacción del cliente

- Expectativas,
- Percepción
- Relaciones e
- Intercambio.

Las propuestas comerciales vs las personas:

Consumo: proceso real e imaginario.

- Acción de adquirir bienes para satisfacer deseos.
- Pueden ser bienes físicos o simbólicos.
- Busca satisfacer temporalmente la brecha entre lo aspiracional y real.
- Las etapas son la investigación, evaluación y compra, con opción de recompra-recomendación.



Demanda.

- Conjunto de personas con requisitos tácitos e implícitos.
- Grupo social con capacidad y voluntad de adquirir bienes para uso, reelaboración o distribución.

CUATRO ACCIONES A REALIZAR EN FORMA INMEDIATA PARA PREPARARNOS PARA EL FUTURO



Focalizar en el cuidado de clientes empleados y comunidades Basado en valores



Llegar a donde el cliente esté, ayudando con medios digitales a reducir acercar productos y servicios

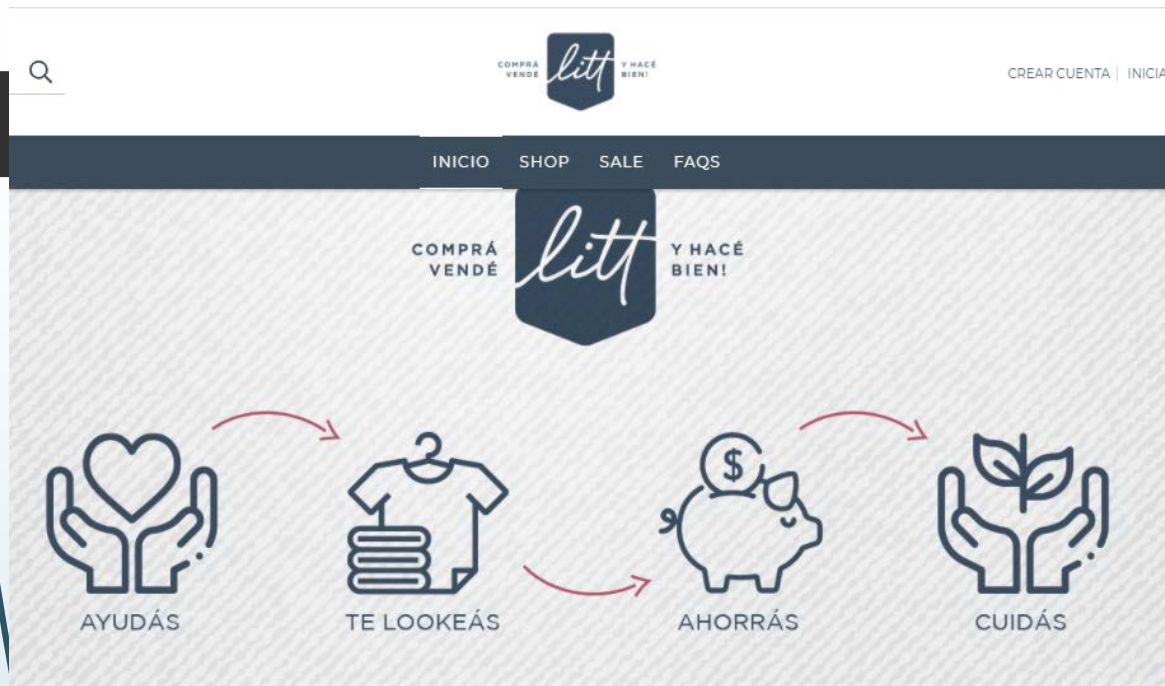


Imaginar el mundo post pandemia, migrando clientes al mundo digital, ayudando a cuidar su dinero aumentando el valor propuesto.



Desarrollar métodos ágiles para tiempos fluídos que permitan actuar rápidamente basado en información directa de empleados y clientes

UN NUEVO ORDEN

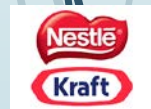


Proyectos como respuesta a nuevos valores.



El mercado.

- Los clientes (pagan por el bien),
- Los consumidores y usuarios (beneficiarios),
- Los prescriptores ,
- Los distribuidores
- Los proveedores,
- Los competidores,
- Son personas.



Segmento y nicho.

- Agrupación de roles, valores, funciones, deseos, demandas, frente a un problema.
- Varios consumidores o usuarios con características comunes en su ciclo de vida, vinculación social, entorno cultural.
- Patrón de consumo específico en una situación de compra personal/institucional.



- Proceso en el que se identifica el mercado.
- Se valoran perfiles de usuarios con características similares en el rol que asumen frente a un problema.
- Se comparan grupos y se opta por el del mejor tamaño, proyección de crecimiento y retroalimentación.
- Se diseñan satisfactores a proponer para intercambiar valor sostenible, único y diferencial.



Segmentación.



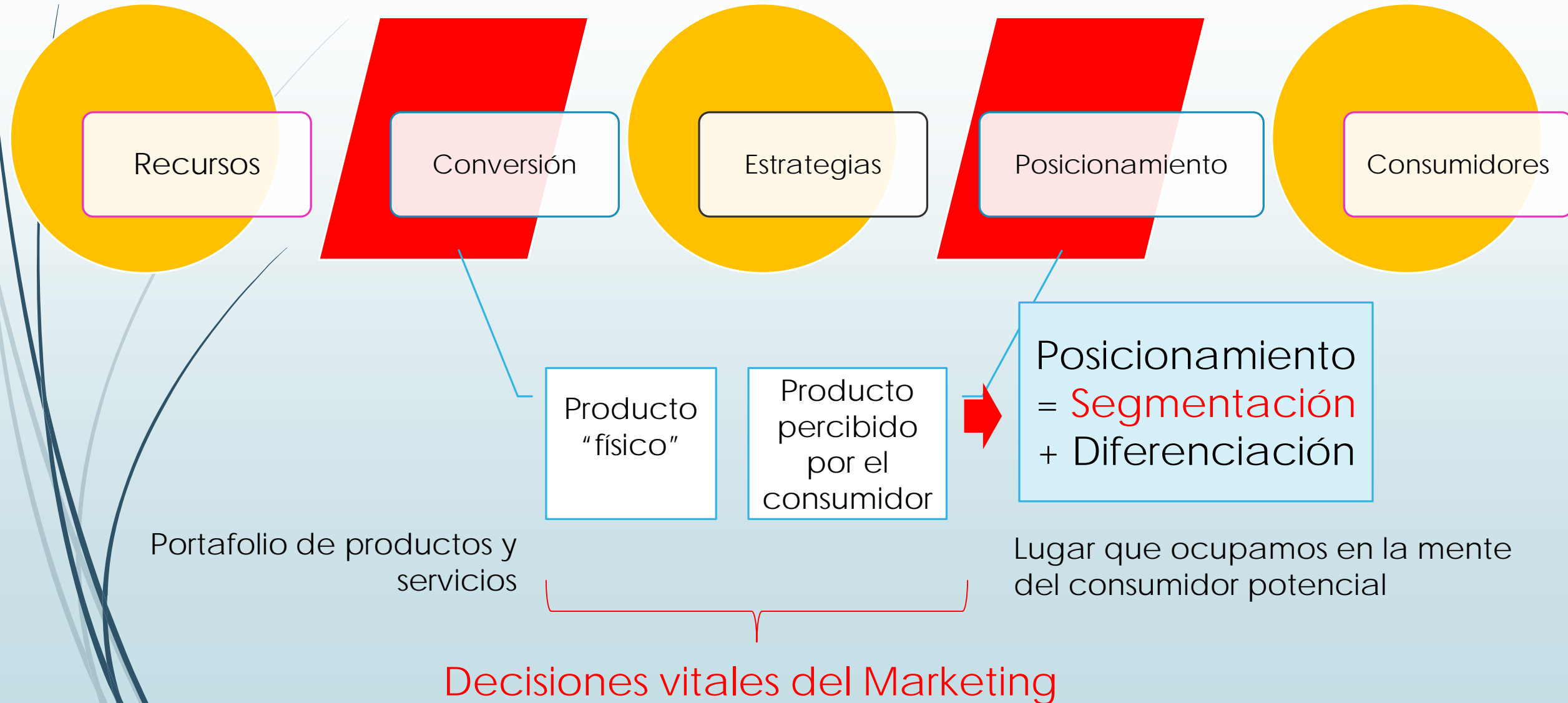
Posicionamiento.

- Espacios vacantes, en la mente de las personas donde se ubican categorizadamente las marcas.
- Allí compiten las alternativas de bienes, porque hay una estrategia.
 - “Somos primeros o somos una opción más”.
 - Buscar una ubicación superior, implica inversión sostenida en recursos, alianzas y acciones.
- Consiste en identificar uno o dos atributos que impregnan toda la propuesta de valor.

Posicionamiento.



El proceso del marketing.



Un caso de búsqueda de buenas técnicas y prácticas en la Inn

Ab: <https://youtu.be/1E-a67KC2No> Perúhubmin



Otro ejemplo de espacios de Innovación abierta.

The screenshot displays the homepage of the innocentive website. The header includes the 'innocentive' logo and navigation links for 'Desafíos', 'Solucionadores', 'Recursos', and 'Sobre nosotros'. Two prominent buttons are present: 'Entrar en el sistema' and 'Registrarse como solucionador'. The main banner features the headline '> Resuelve los retos más grandes del mundo' and a subtext describing the platform's reach and methodology. Below this, a diverse group of people is shown, surrounded by icons of lightbulbs and a rocket. The footer highlights three key statistics: an 80% success rate, 200K solutions captured, and \$60M in prizes. A language selector for 'Español' is located in the bottom right corner.

innocentive Desafíos Solucionadores Recursos Sobre nosotros Entrar en el sistema Registrarse como solucionador

> Resuelve los retos más grandes del mundo

Aprovecha el poder de nuestra comunidad global de 500.000 solucionadores de problemas, nuestro alcance global a millones más y nuestra metodología "Challenge Driven Innovation".

Ver desafíos

Conviértete en solucionador

Más del **80%** de tasa de éxito

Más del **200K** soluciones captadas

Más del **\$60M** en premios

Español



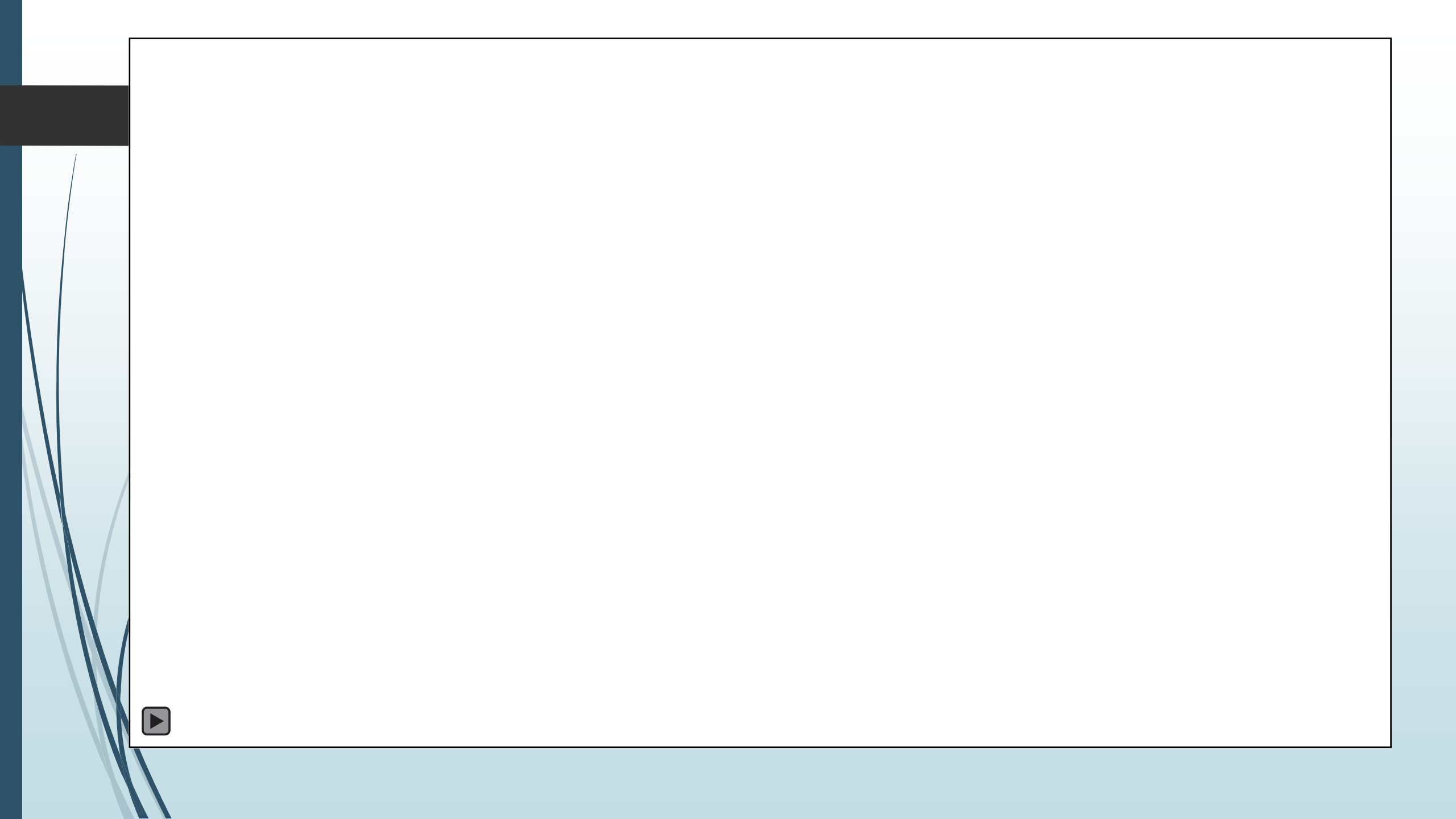
Casos de proyectos con impactos.

- Lic. Marcos Mattar: 2615772690, proyecto Mujeres emprendedoras de Guaymallén.
- Ing. Fernando Sversek: 2616414100. Valeria Spinelli: 2616078166.



Los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS)

- Buscar información sobre los ODS.
- Identificar proyectos innovadores vinculados a cada Objetivo.
- Identificar los aportes posibles de la ingeniería a cada uno de los ODS planteados.



Los grupos de 4 heterogéneo y homogéneo: ejercicio en UXpressia.

Trello Espacios de trabajo Reciente Marcado Plantillas Crear

La prueba gratuita de Premium de Facultad de Ing finaliza dentro de 9 días.

Informe final Proyecto de extensión: Diseño de la transformación de las aulas taller en contexto de encierro, en un espacio tecnológico y social de construcción, implementado de forma colaborativa con las personas privadas de libertad.

Facultad de Ing Visible para el Espacio de trabajo MT YDI E LC +2 Compartir

Power-Ups Automización Filtrar Mostrar menú

Miembros del Proyecto

- Emiliano Lic. en Psicología (Unidad penal IV)
- Fernando Sivsek Ing. Industrial (FCE-UNCuyo)
- Valeria Gestora Cultural Centro Penitenciario
- Mario Suarez Maker

+ Añada una tarjeta

Indicadores

- Indicador 1: Cantidad de miembros del equipo que participaron en estas actividades.
- Indicador 2: Elaboración de una guía de trabajo consensuada que involucre a los jóvenes y al equipo de trabajo.
- Indicador 3: Cantidad de horas certificables.
- Indicador 4: Cantidad de productos generados a través de talleres.

+ Añada una tarjeta

Actividades

- Actividad 0: Consolidar y afianzar el equipo extensionista, mediante dinámicas que promuevan en el equipo un enfoque común y cohesor para la creación y desarrollo de las actividades que se propondrán.
- Reunión de equipo de trabajo el jueves 29/7 con Emiliano, Valeria, Fernando, Yanila, Leandro, Mónica, se comentaron las noticias con los JPL, se revisó el presupuesto, se explicó Trello y se proyectó un próximo taller en agosto.
- 13/8 Contactar e invitar a referente de planta de residuos de Maipú para taller.

+ Añada una tarjeta

Resultados

- Diseño de piezas graficas para mostrar espacios Maker a los chicos de la unidad penitenciaria.
- Contratamos un profesor de educación física que nos capacitó en actividades lúdicas para intervenir junto a los chicos de la unidad penitenciaria.
- Cultura Maker: movimiento que nos acercamos al conocimiento a través del hacer.

+ Añada una tarjeta

Impactos

- Encuentro Presencial. Taller dictado por la profesora Gordillo junto a los estudiantes de diseño. Se enseñó técnicas para la construcción de lámparas.

+ Añada una tarjeta

Narrativas

- "El taller me gustó mucho, estoy muy agradecido por todo lo que los estudiantes de diseño nos han contado sobre lo que podemos hacer cuando nos vayamos de acá" (Interno)
- "Los chicos del penal han demostrado entusiasmo y ganas de aprender cosas nuevas se esfuerzan por lograr lo que se proponen" (Yanila, extensionista)
- "La búsqueda de la superación personal que observé en los chicos del penal fue muy inspiradora" Leandro (extensionista)
- "Generar encuentros entre los internos y los estudiantes de la UNCuyo ha permitido establecer vínculos y generar empatía. Lo cual permite transformar no solo personalmente a cada uno, sino a la sociedad, para que puedan emprender y buscar una nueva alternativa de vida" Mariana Gaviria

+ Añada una tarjeta