

Diseño de Marketing, Tarea Relevante Para el Emprendimiento

Marketing Design, a Relevant Task for Entrepreneurship

Dr. Juan Manuel Chavez Escobedo¹

Dr. Heriberto Gerardo Martínez De León²

MAE Roberto González Cantú³

Resumen. La realización de un producto implica el conocimiento de necesidades del mercado y de la cultura del diseño para poder elegir los elementos necesarios para la realización del mismo, en el caso de este artículo se habla del diseño en marketing y como la empresa debe considerar diversos factores en la fabricación de bienes y en la prestación de servicios con un buen diseño que incluyen los procesos de planificación y sensibilidad a las necesidades del mercado. Es menester del campo administrativo el diseño empresarial y mercadológico, ya que ambos son esenciales para la generación de productos, administración de recursos y creación de procesos al servicio de la sociedad en general.

Palabras clave. Diseño, Marketing, Empresa, Emprendimiento.

Abstract. Product development requires understanding market needs and design culture in order to select the necessary elements. This article discusses design in marketing and how companies must consider various factors in the manufacturing of goods and the provision of services with good design, including planning processes and sensitivity to market needs. Business and marketing design are essential for administrative fields, as both are essential for product development, resource management, and the creation of processes serving society in general.

Keywords. Design, Marketing, Business, Entrepreneurship.

Introducción

Un buen producto no sólo debe considerar la estética sino también debe de proporcionar funcionalidad, y durabilidad para sus dueños, en sus casas u oficinas deben reflejar el estilo de sus moradores, dice “algo” de sus poseedores, esto es más que un simple mueble, puede representar sueños, reflejo de la personalidad, además de gustos y preferencias de cada persona, para el caso de producción por ejemplo de muebles para el hogar o la oficina, para las personas en general la producción de muebles debe llevarse a cabo con empeño y con calidad, ello resolverá necesidades del mercado y proporcionará confort a sus usuarios.

En el caso por ejemplo de servicios el diseñar un buen proceso de atención al cliente y de gestión de tiempos es fundamental para atrapar al cliente y poder fidelizarlo, dándole “una experiencia Placentera” y no una amarga experiencia que lo aleje de nuestra empresa.

En el presente artículo se ejemplificara en este tópico de diseño de marketing el caso de un mueble para libros, es decir un librero con el fin de que este artículo sea didáctico e ilustrativo.

Desarrollo

Diseño Mercadológico

El diseño mercadológico se puede definir como el conjunto de acciones y estrategias orientadas a satisfacer las necesidades del consumidor mediante la creación de valor. Este proceso implica la investigación de mercado, la segmentación del mercado, la elaboración de la propuesta de valor y la implementación de un plan de marketing integral. Al considerar todos estos aspectos, el diseño mercadológico busca no solo atraer consumidores, sino también establecer relaciones a largo plazo con ellos.

En materia de emprendimiento y empresa es fundamental el correcto desarrollo e implementación del diseño mercadológico en aras del éxito.

- **Investigación de Mercado**

Uno de los pilares del diseño mercadológico es la investigación de mercado. Esta etapa implica la recolección y análisis de datos relevantes sobre los consumidores, la competencia y las tendencias del mercado. A través de diversas metodologías, como encuestas, entrevistas y análisis de datos secundarios, las empresas pueden obtener información valiosa que les permita entender mejor a su público objetivo.

La investigación de mercado permite a las empresas identificar las necesidades y deseos de los consumidores, así como las características demográficas, psicográficas y comportamentales de su mercado objetivo. Con esta información, las organizaciones pueden tomar decisiones informadas sobre cómo dirigir sus estrategias de producto, precio, promoción y plaza.

- Segmentación del Mercado

La segmentación del mercado es un proceso clave dentro del diseño mercadológico. Consiste en dividir el mercado en segmentos más pequeños y homogéneos que comparten características similares. Esta práctica permite a las empresas personalizar sus ofertas para satisfacer las necesidades específicas de cada grupo. Existen diversas bases para la segmentación, entre las que se incluyen:

- Segmentación Geográfica: Divide el mercado según la ubicación geográfica, permitiendo a las empresas adaptar sus estrategias a diferentes regiones o países.

- Segmentación Demográfica: Se basa en características demográficas como edad, género, ingresos y nivel educativo.

- Segmentación Psicográfica: Considera factores psicológicos, como valores, actitudes y estilos de vida.

- Segmentación Conductual: Se basa en el comportamiento del consumidor, incluyendo hábitos de compra, lealtad a la marca y uso del producto.

La segmentación efectiva permite a las empresas enfocar sus recursos en aquellos segmentos que representan la mayor oportunidad de rentabilidad, minimizando el riesgo de saturación del mercado.

- Propuesta de Valor

Una vez que se han identificado y segmentado los mercados objetivos, el siguiente paso es el desarrollo de una propuesta de valor sólida. La propuesta de valor es la razón fundamental por la cual los consumidores eligen un producto o servicio en lugar de otro. Debe ser clara, relevante y diferenciada, destacando los beneficios que ofrecen los productos y cómo satisfacen las necesidades del consumidor.

Para desarrollar una propuesta de valor efectiva, las empresas deben analizar qué las distingue de la competencia y cómo pueden comunicar esas diferencias de manera efectiva. Esto puede incluir la calidad del producto, la innovación, el servicio al cliente o cualquier otro aspecto que resuene con el público objetivo.

- Estrategias de Marketing Mix

El diseño mercadológico también incluye la elaboración de un plan de marketing mix, que abarca las cuatro P del marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción. Estas son las herramientas clave que las empresas utilizan para implementar su estrategia de marketing.

-Producto: Se refiere a lo que se está ofreciendo al consumidor. Esto incluye no solo el producto físico, sino también características como el diseño, la calidad, la marca, el empaque y los servicios complementarios.

-Precio: Es la cantidad que los consumidores están dispuestos a pagar por el producto. La estrategia de precios debe considerar factores como la percepción de valor, la competencia y los costos de producción.

- Plaza: Se refiere a la distribución del producto. Implica decisiones sobre dónde y cómo se venderá el producto, incluyendo la selección de canales de distribución y la logística necesaria para llevar el producto al consumidor final.

-Promoción: Incluye todas las actividades que comunican los beneficios del producto y buscan influir en la decisión de compra. Esto puede incluir publicidad, relaciones públicas, promociones de ventas y marketing digital.

Las decisiones tomadas en cada uno de estos elementos deben estar alineadas con la propuesta de valor y las características del mercado objetivo para ser efectivas.

- Monitoreo y Evaluación de Resultados

El diseño mercadológico no es un proceso estático, sino que requiere un monitoreo y evaluación constante de resultados. Las empresas deben estar atentas a las reacciones del mercado y a la efectividad de sus estrategias. Esto implica la recolección de datos sobre ventas, participación de mercado y satisfacción del cliente, entre otros indicadores.

Las evaluaciones periódicas permiten a las empresas realizar ajustes necesarios en sus estrategias, identificando áreas de mejora y oportunidades para innovar. Además, el feedback del consumidor es invaluable para comprender cómo perciben la marca y sus productos, lo que puede influir en futuras estrategias de diseño mercadológico.

- Tendencias Emergentes en el Diseño Mercadológico

En el contexto actual, el diseño mercadológico debe adaptarse a nuevas tendencias que están moldeando el comportamiento del consumidor y la dinámica del mercado.

Algunos de estos cambios incluyen:

- Digitalización y Marketing Digital: La presencia en línea y el uso de plataformas digitales son fundamentales en el diseño mercadológico contemporáneo. Las redes sociales y el marketing de contenido han transformado la manera en que las empresas se comunican con sus consumidores.

-Sostenibilidad: Cada vez más, los consumidores están tomando decisiones de compra basadas en la sostenibilidad y el impacto ambiental. Las empresas están respondiendo a esta tendencia adaptando sus productos y procesos para ser más ecológicos.

-Personalización: La personalización de productos y servicios es una tendencia que ha cobrado fuerza. Los consumidores buscan experiencias únicas que reflejen sus preferencias y necesidades individuales.

-Análisis de Datos: El uso de big data y análisis predictivo está permitiendo a las empresas comprender mejor a sus consumidores y optimizar sus estrategias de marketing en tiempo real.

En este artículo se ejemplificará a manera didáctica lo comentado del diseño de marketing desde la creación de un producto.

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2012): “Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad”, (p. 252).

Como se aprecia en esta definición, un librero por ejemplo es un producto que satisface una necesidad.

La necesidad de un mueble personalizado radica en su capacidad de adaptarse a las dimensiones, forma, y necesidades específicas de un espacio y usuario, ofreciendo una solución única que no se encuentra en muebles de serie. Esta adaptabilidad se extiende a la elección de materiales, acabados, y detalles estéticos, permitiendo que el mueble no solo sea funcional, sino también un reflejo del estilo y personalidad del usuario.

Beneficios de los muebles personalizados:

- Adaptación al espacio:

Los muebles a medida se diseñan y fabrican para ajustarse a las dimensiones, forma, y características específicas de un espacio, optimizando el uso del mismo y maximizando la funcionalidad.

- Personalización:

Permiten elegir aspectos como las medidas, tipo de acabado (madera, tela, etc.), y detalles estéticos, creando piezas únicas que se alinean con las preferencias del usuario.

- Optimización del espacio:

Aprovechan al máximo cada rincón y hueco irregular, generando una sensación de amplitud y orden en el espacio.

- Integración con el diseño:

Se integran perfectamente en el diseño de interiores existente, complementando y realzando el estilo y la estética de la vivienda o negocio.

- Funcionalidad y ergonomía:

Pueden diseñarse para satisfacer las necesidades específicas de uso, incluyendo detalles como cajones, estantes, o alturas ergonómicas para una mayor comodidad y practicidad.

- Estética y originalidad:

Permiten expresar la personalidad y el estilo del usuario, creando piezas únicas que no se encuentran en tiendas convencionales.

- Calidad y durabilidad:

Al ser fabricados a medida, se pueden utilizar materiales de mayor calidad y durabilidad, garantizando una pieza más resistente y longeva.

- Respeto al medio ambiente:

La fabricación a medida puede ser más respetuosa con el medio ambiente que la producción en serie, al reducir el desperdicio de materiales y optar por procesos de producción más sostenibles.

Los muebles personalizados ofrecen una solución a medida que combina funcionalidad, estética, y personalización, permitiendo crear espacios únicos y adaptados a las necesidades y preferencias individuales.

El diseño de un servicio de producción de librero personalizado implica crear un proceso que permita a los clientes diseñar y producir un librero que se adapte a sus necesidades y preferencias individuales. A continuación, se presenta un diseño de servicio que podría ser utilizado para ofrecer este tipo de servicio.

Proceso de Diseño

1. Consulta inicial: el cliente se pone en contacto con la empresa para discutir sus necesidades y preferencias para el librero personalizado.
2. Diseño conceptual: el diseñador trabaja con el cliente para crear un diseño conceptual que refleje sus ideas y necesidades.
3. Revisión y ajustes: el cliente revisa el diseño conceptual y proporciona retroalimentación para realizar ajustes y mejoras.
4. Diseño final: una vez que el cliente está satisfecho con el diseño, se crea un diseño final que incluye todos los detalles y especificaciones.
5. Producción: el librero personalizado se produce según el diseño final.

Características del Servicio

- Personalización: el servicio permite a los clientes personalizar su librero según sus necesidades y preferencias individuales.
- Diseño a medida: el servicio ofrece diseño a medida para asegurarse de que el librero se adapte perfectamente al espacio y estilo del cliente.
- Materiales de alta calidad: el servicio utiliza materiales de alta calidad para asegurarse de que el librero sea duradero y resistente.

- Atención al cliente: el servicio ofrece atención al cliente personalizada para asegurarse de que el cliente esté satisfecho con el resultado final.

Beneficios

- Satisfacción del cliente: el servicio de producción de librero personalizado permite a los clientes obtener un producto que se adapte a sus necesidades y preferencias individuales.
- Diseño único: el servicio ofrece un diseño único y personalizado que refleja la personalidad y estilo del cliente.
- Calidad y durabilidad: el servicio utiliza materiales de alta calidad para asegurarse de que el librero sea duradero y resistente.

Implementación

Para implementar el servicio de producción de librero personalizado, se requeriría:

- Diseñadores y artesanos capacitados: se necesitarían diseñadores y artesanos capacitados para trabajar con los clientes y producir los libreros personalizados.
- Herramientas y equipo: se necesitarían herramientas y equipo especializados para producir los libreros personalizados.
- Sistema de gestión de pedidos: se necesitaría un sistema de gestión de pedidos para gestionar los pedidos y asegurarse de que se cumplan los plazos de entrega.

Para crear un librero, se utilizarían procesos de manufactura de lotes discretos y posiblemente procesos de ensamblaje. La fabricación de los libreros involucra la manipulación de materiales como madera, metal, o plástico, y la creación de piezas individuales que luego se ensamblan para formar el mueble.

Proceso de manufactura por lotes:

- **Diseño y prototipado:**
Se crea un diseño del librero, se realizan pruebas con prototipos para asegurar la funcionalidad y estética.
- **Selección y preparación de materiales:**
Se elige la madera, metal o plástico, y se prepara en los tamaños y formas necesarios para la fabricación.
- **Procesamiento de piezas:**
Se utilizan herramientas como sierras, fresadoras, y máquinas de corte para obtener las piezas individuales del librero.
- **Ensamblaje:**
Las piezas se unen mediante tornillos, clavos, adhesivos, o soldadura, según el material y diseño del librero.
- **Acabado:**
Se pueden aplicar tratamientos superficiales como pintura, barniz, o revestimiento para mejorar la apariencia y resistencia.
- **Control de calidad:**
Se verifica que el librero cumple con los estándares de calidad.

Proceso de ensamblaje:

- Distribución de materiales: Se aseguran los materiales en un lugar de acceso para el proceso de ensamblaje.
- Ensamblaje manual o automatizado: Las piezas se unen, puede ser mediante herramientas manuales o máquinas automatizadas.
- Inspección de calidad: Se verifican las uniones y se corrigen posibles errores.
- Empaquetado y envío: El librero se prepara para el transporte y se envía al cliente.

Ahora bien el proceso de colocar una placa con el nombre de la marca es fundamental, ya que permite la identificación de los creadores en los mercados.

Si se quiere hacer énfasis también en la nacionalidad de origen se puede colocar un elemento que haga una referencia de ello, por ejemplo de México puede ser algún elemento gráfico con los colores de la bandera del país y la palabra MX.

Hoy en día por diversas razones, entre ellas la demanda de mercado , se está usando bambú en la producción de muebles y ropa entre otros, el librero también puede realizarse de este material, es fresco, ambiental y ligero en peso pero firme para soporte, los herrajes de metal cromado son esenciales en dichos muebles, el equipo de diseño al reunirse previamente generalmente hace lluvia de ideas y trabajo colaborativo para establecer un proyecto de diseño sustentable, fino, estético y atractivo.

Conclusiones

El diseño mercadológico es un componente esencial para el éxito de cualquier empresa en el entorno actual. A través de un enfoque integral que involucra la investigación de mercado, la segmentación, la propuesta de valor, el marketing mix y la evaluación continua, como se mencionó anteriormente, ello permite a las empresas desarrollar estrategias efectivas para atraer y retener a sus clientes. Así mismo, adaptarse a las tendencias emergentes de mercado. El diseño mercadológico busca satisfacer las necesidades de los consumidores y también construir relaciones sólidas que perduren en el tiempo asegurando el crecimiento y la sostenibilidad de la organización.

Ahora bien la producción de muebles es un ejemplo del diseño de marketing, en el caso en cuestión del librero personalizado se contemplan varios elementos como:

- Durabilidad: debe soportar el uso y el desgaste durante largos períodos de tiempo.
- Versatilidad: los materiales como la madera pueden ser trabajados de diversas maneras, lo que permite crear una amplia variedad de formas y diseños.
- Belleza natural: la madera por ejemplo tiene una belleza natural que puede ser realizada a través de técnicas de acabado y decoración.

El proceso de producción de muebles elaborados por ejemplo con madera implica varias etapas, incluyendo:

- Selección de la madera: la selección de la madera es fundamental para determinar la calidad y el aspecto final del mueble.
- Diseño y planificación: el diseño y la planificación son etapas cruciales en la producción de muebles de madera, ya que determinan la forma y la función del mueble.

- Corte y ensamblaje: el corte y ensamblaje de las piezas de madera son etapas fundamentales en la producción de muebles de madera.
- Acabado y decoración: el acabado y la decoración son etapas finales que pueden realzar la belleza natural de la madera y agregar valor al mueble.

La producción de calidad implica un esfuerzo diario, constante con implementación de capacitación continua para mejorar y reforzar los procesos de calidad en beneficio del mercado y de la propia empresa.

Referencias

- Bernal Torres, César. (2016). Metodología de la Investigación. Colombia: Pearson.
- Del Giorgio, F., Lagunas, E., Sierra, M. (2020). Procesos de diseño y desarrollo de nuevos productos: relación con el marketing y la ingeniería, (Pp. 2-5). Actas de diseño, 31. Recuperado de: <https://acortar.link/bWD73O>
- González, J. (2023). Diseño y desarrollo de servicios, desafíos y oportunidades a lo largo del ciclo de vida del servicio en las industrias, 2023, (Pp. 12-18). Revista Especializada de Ingeniería y Ciencias de la Tierra, 3 (1). Recuperado de: <https://acortar.link/6Ko5KP>
- Piñol Josep, Martínez Jordi. (2006). Ecología con Números. España: Lynx.
- Sánchez Enrique et al. (2016). Conciencia Ambiental. México: UAEM.
- Smith Thomas, Smith Robert. (2007). Ecología. España: Pearson.

Sobre los Autores

Juan Manuel Chávez Escobedo

Es Doctor en Administración y Políticas Públicas, Doctor en Educación, Maestro en Relaciones Industriales, Maestro en Dirección de Instituciones Educativas, Maestro en Gestión Organizacional Positiva, Licenciado en Administración, Ingeniero Comercial, Licenciado en Educación Media con Especialidad en Física y Química Maestro Investigador en FACPYA, UANL.

Heriberto Gerardo Martínez De León

Es Doctor en Contaduría, Maestro en Administración de Empresas, Licenciado en Informática Administrativa, Maestro Investigador en FACPYA, UANL.

Roberto González Cantú

Es Candidato a Doctor en Administración por Valores, Maestro en Administración, Licenciado en Administración de Empresas, Maestro Investigador en FACPYA, UANL.