

AMBIENTE CULTURAL - SOCIAL

El ambiente cultural-social es el conjunto de valores, creencias, costumbres, normas, idioma, religión, comportamiento y estructuras sociales que caracterizan a una sociedad o grupo de personas. Abarca aspectos tan profundos de las personas que moldea las preferencias de consumo, los hábitos de compra y la percepción de productos, marcas y mensajes publicitarios.

Es necesario conocer todo lo que se pueda del o los mercados donde se pretende tener presencia, puesto que esto significa comunicar correctamente un mensaje, evitar errores culturales y adaptar la mezcla de mercadotecnia de manera efectiva.

Un ejemplo de no cuidar bien este aspecto fue un caso de Pepsi, que en su slogan tenía la frase “Come alive with the Pepsi generation” fue traducido erróneamente como: “Pepsi hace que tus antepasados resuciten”, lo cual fue un gran error cultural.

Referencia:

Redacción WordSupporter. (2019) Resumen de los principios de Marketing de Kotler. WordSupporter. Recuperado de: <https://www.worldsupporter.org/en/summary/summary-principles-marketing-kotler-41634>