



La importancia de realizar actividades de Mercadotecnia Social y su impacto en la imagen de empresas de la ZMG.

Martha Filomena Muñoz Fajardo¹, Martha Filomena Muñoz Fajardo¹, Francisco Javier López Cerpa¹, Ruth María Zubillaga Alva¹, José de Jesús Urzúa López¹ y Guillermo Arturo Gómez Mata²

1 CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONOMICO ADMINISTRATIVAS, 2 CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONOMICO . mfajardo@cucea.udg.mx

En la presente investigación se describe, como ha mejorado la Imagen de las empresas que realizan alguna actividad de Mercadotecnia Social, y el impacto que ésta genera en las ventas al comunicar dichas acciones a sus públicos, y que tanto están dispuestos a continuar realizándolos, todos en relación a alcanzar los objetivos de la organización. Asimismo, se descubrió que algunos microempresarios no conocen dicha influencia y en el peor de los casos ni siquiera saben que existe y que es una estrategia que se puede aplicar para mejorar la situación de las organizaciones y explotar al máximo, fortaleciendo a las empresas y logrando beneficios pocas veces alcanzados.