

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de investigación, titulado “ESTRATEGIAS DE MARKETING SOCIAL PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”, tiene como objetivo general “Diseñar estrategias basadas en el marketing social con la finalidad de orientar la Responsabilidad Social para la Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho”. La investigación tiene un enfoque medio ambiental, siendo que actualmente la evidencia científica internacional abrumadora señala que desde 1750 el planeta está experimentando un calentamiento neto, y que durante el presente siglo continuará calentándose a consecuencia de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) producidas por la acción humana, en particular la procedente del consumo de petróleo y carbón.

En primera instancia, se realizó una revisión de los principales conceptos relacionados con el marketing social, el cual se plasmó en el Marco Teórico, y se divide en tres; 1) el marketing social, 2) proceso de planeación de la mercadotecnia social y 3) responsabilidad social y educación.

Posteriormente se realizó en la parte II; el análisis del entorno inmediato de la universidad, utilizando la herramienta de Porter. Se continuó con la caracterización de la UAJMS, analizando a la institución de educación superior y al final en el capítulo VI se efectuó un análisis con información primaria, mediante la investigación de mercado meta. Uno de los principales resultados encontrados muestra que el 77% no participo de la campaña de cuidado del medio ambiente; siendo que la comunidad de estudiantes en la gestión 2016 fue 23.783, el porcentaje participación o conocimiento de la campaña de responsabilidad social sobre el cuidado del medio ambiente “YO ME SUMO” es comprensible. Finalmente en base a los resultados de la parte II, la parte III está referida a la propuesta de las estrategias de marketing.

Las estrategias para su correcta implementación requieren una participación conjunta de las autoridades, docentes, administrativos y estudiantes de la UAJMS. Últimamente se realizó las conclusiones y recomendaciones.