

Propuesta de modelo SOSTAC®
como marco de planificación de marketing digital
para el Registro Mexicano de Gemelos

1. Claudia Patricia Andrade Álvarez

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, claudiapatricia.andrade@upaep.edu.mx

2. Dra. Laura Berenice Sánchez Baltasar

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, lauraberenice.sanchez@upaep.mx

Según Dave Chaffey & PR Smith (2013), el marketing digital trata de identificar, anticipar y satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores de manera eficiente y rentable, e implica acercarse, entender y mantener un diálogo dinámico con ellos. En México existen proyectos de corte científico que buscan conectar con diversos públicos para lograr sus objetivos, como es el caso del Registro Mexicano de Gemelos (RMG).

El RMG es un proyecto que plantea la creación de un registro electrónico de corte poblacional con datos sociodemográficos, clínicos, cognitivos y psicométricos en una muestra de al menos 7,500 pares de gemelos mexicanos. Los antecedentes sobre registros de gemelos en otros países, no solo proyectan el impacto y las contribuciones que este tipo de investigaciones pueden generar, también, proyectan el uso de herramientas de la comunicación y el marketing digital para lograr diversos objetivos.

Este proyecto propone el planteamiento de un modelo estratégico de planeación de marketing digital, fundamentado en el modelo SOSTAC, que ayude a promover la aceptación de una campaña de reclutamiento entre el 1% de la población nacional de gemelos. Se llevó a cabo una investigación de tipo exploratoria cualitativa, para examinar y reconocer las características del uso e intereses de internet y redes sociales de la segmentación de la audiencia del RMG. El análisis de datos arrojó que existe una fuerte disposición por parte de los gemelos para participar en el RMG, entre otros hallazgos.