

Fundamentos de Mercadotecnia

Concepto, naturaleza y antecedentes de la Mercadotecnia

El término "marketing" es de origen inglés y deriva de la palabra market. El concepto se usa por primera vez en Estados Unidos en los años 20 y en español puede traducirse como mercadotecnia, mercadeo y comercialización. Al escuchar la palabra mercadotecnia, ¿podrías dar una definición de esta disciplina? ¿Sabías que no hay una definición exacta sobre esta materia y que ni los estudiosos mercadólogos, que son los especialistas en el área de mercadeo o mercadotecnia, han podido definir qué es la mercadotecnia en todo su esplendor? Así como los procesos mercadológicos han ido cambiando para ajustarse a las necesidades de un mercado cada vez más demandante, también la mercadotecnia se ha redefinido constantemente. De ser conceptualizada únicamente como una técnica aplicada para ventas, se ha convertido en una filosofía de negocio multidisciplinaria, con un extenso material de estudio que pone al consumidor y a la satisfacción de este como objetivo central.

Importancia, objetivos y funciones de la Mercadotecnia

Actualmente la riqueza de las naciones se mide, en gran parte, en función de que sus exportaciones (lo que se vende a otros países) sean mayores que sus importaciones (lo que se compra a otros países). Por ello, una saludable tasa de exportación ayuda a generar más recursos con los cuales el país puede crecer económicamente. La importancia de la mercadotecnia dentro de este modelo se basa en la motivación constante para estimular el deseo de compra en función de la satisfacción de las necesidades de los consumidores y en la promoción de una cultura competitiva cada vez más férrea. En México se vive, desde hace varias décadas, una época de crisis.

Conceptos relacionados con la Mercadotecnia

Todos los seres humanos buscan satisfacer necesidades diariamente. Para ayudar a cumplirlas, la mercadotecnia ofrece productos, servicios e ideas, las cuales logran satisfacer estas necesidades, por ejemplo, si tienes sed, buscas un agua embotellada. Se puede decir que la mercadotecnia parte de necesidades y éstas se entienden como aquello que resulta indispensable satisfacer o se carece de ello, dentro del marco en el que se desarrolla la vida diaria. La necesidad pone de manifiesto el ansia o tensión, estados de intranquilidad que deben ser calmados o satisfechos, en caso contrario se puede sufrir daños en la estructura física y mental.

Tipos de Mercadotecnia

▮ **Mercadotecnia en partidos políticos**
La mercadotecnia política como es un conjunto de actividades que realizan las organizaciones políticas y los poderes públicos para obtener el apoyo de cierto grupo a favor de un programa o candidato electoral. La mercadotecnia aplicada a un candidato político no se circunscribe sólo a la imagen que proyecta de sí mismo, sino que incluye estudios a fondo de los problemas que padece cada sector de ciudadanos, cuyos resultados se incluyen en el plan de campaña, donde se ofrecen soluciones.

▮ **Mercadotecnia electoral**
En la mercadotecnia electoral, la publicidad de los candidatos se realiza a través de los medios masivos; además, se organizan giras promocionales por las entidades involucradas en la votación. A través de la mercadotecnia se estudian las prioridades se hace hincapié en ellas y también se lleva a cabo un plan mercadológico de campaña que incluye la difusión de su plataforma política, organización, costos, gastos y control de esta. Entre los principales atributos que destacan de un candidato figuran las cualidades humanas, intelectuales y su preparación.

▮ **Mercadotecnia gubernamental**
La mercadotecnia gubernamental engloba empresas u organizaciones nacionales, tales como secretarías de estado, las de suministro de electricidad, los institutos politécnicos, las universidades públicas, correos, telégrafos e institutos de protección a la infancia, entre otras.

El sistema de mercadotecnia en la empresa

La teoría general del sistema de mercadotecnia es un paradigma científico muy útil para comprender la función y alcance de la mercadotecnia. Es factible concebir el sistema de mercadotecnia a nivel macroeconómico como un sistema general que explica y define las relaciones de intercambio entre todas las instituciones de producción y consumo.

Interrelación de la mercadotecnia con otras áreas

El personal de mercadotecnia no trabaja en el vacío, aislado de otras actividades de la compañía. Es decir, las acciones de personas en áreas como producción, crédito e investigación y desarrollo pueden afectar los esfuerzos de mercadotecnia de una organización. Por lo que, al diseñar sus planes, la gerencia de mercadotecnia toma en cuenta a su ambiente interno formado por grupos dentro de la compañía, como la alta gerencia, finanzas, investigación y desarrollo fabricación y contabilidad. La alta gerencia define la misión de la compañía, sus objetivos, sus estrategias más amplias y sus políticas. Los gerentes de mercadotecnia toman decisiones dentro de los planes que hace la alta gerencia y los planes de mercadotecnia deben estar aprobados por la alta gerencia antes de que se puedan poner en práctica.

Daniela Monsserrat Jiménez Palacios
5° Cuatrimestre
Mercadotecnia