

El Impacto de la *Mercadotecnia*:

En la actualidad, la **mercadotecnia** ha logrado un "*impacto profundo*" en la vida de millones de personas porque ejerce una influencia notoria en sus hábitos de compra, estilos de vida e incluso formas de trabajo. Algunos ejemplos de ésta afirmación, los vemos en la mayoría de las cosas que la gente utiliza a diario como los alimentos que consumen, la ropa que visten, las películas que ven, los libros que leen, los medios que utilizan para desplazarse, las instituciones educativas donde se forman, los lugares donde se distraen, los políticos por quienes votan, los préstamos a los que acceden, etc... Todo lo cual, puede ser encontrado, adquirido y utilizado como resultado de una o más actividades relacionadas con la **mercadotecnia**.

En el caso de las empresas, el impacto a sido aún mas notorio pues tuvieron que adaptar su estructura organizacional y filosofía empresarial al concepto de mercadotecnia, enfocando desde entonces su atención en las necesidades y deseos de sus clientes, mientras luchan por seguir siendo rentables. Para ello, tuvieron que implementar todo un departamento de mercadotecnia; el cual, tiene una fuerte influencia en las decisiones estratégicas de la empresa (inversiones, productos a comercializar, márgenes de utilidad, etc...), además de emplear a personal especializado, utilizar equipo e instalaciones adaptados a sus requerimientos, etc...

Por otra parte, las "organizaciones" (muchas de ellas sin fines de lucro) también han sentido el impacto de la mercadotecnia pues se dieron cuenta que para lograr sus objetivos (por más altruistas que fueran) necesitaban implementar actividades de mercadotecnia e incluso contratar personal especializado para ello. Algunos ejemplos de esta situación, los vemos en los siguientes casos:

- *Partidos políticos* que acuden a especialistas en "marketing político" para ganar la mayor cantidad de votos.
- *Asociaciones de beneficencia* que utilizan diversas herramientas de la mercadotecnia (como la publicidad) para recaudar fondos o reclutar voluntarios.
- *Clubes sociales o Asociaciones* que realizan actividades de mercadotecnia (como las Relaciones Públicas y la Promoción de Ventas) para conseguir nuevos socios o usuarios de sus instalaciones.

Finalmente, también vemos como *profesionales y técnicos* sacan avisos en periódicos para dar a conocer sus servicios e inclusive contratan vendedores o asesores para llegar a su mercado meta.

Algunos Conceptos Erróneos Acerca de la *Mercadotecnia*:

Sin embargo, y pese a que el impacto de la **mercadotecnia** ha logrado cambiar la vida de las personas y el estilo de dirección de las empresas y organizaciones, todavía existen algunos conceptos erróneos acerca de lo que significa realmente y su verdadero alcance.

Concepto erróneo Nro. 1.-

La mercadotecnia es sinónimo de venta; lo cual, es un terrible error porque la venta es una consecuencia o resultado de las actividades de mercadotecnia.

Concepto erróneo Nro. 2.-

La mercadotecnia es sinónimo de publicidad; lo cual, también es un error conceptual porque la publicidad es una de las tantas herramientas que tiene la mercadotecnia, como también lo es la fuerza de ventas, las relaciones públicas, el telemarketing, etc.

Concepto erróneo Nro. 3.-

La mercadotecnia es necesaria cuando existe un producto para ofrecer al mercado; lo cual, también es erróneo porque en la práctica la mercadotecnia empieza sus actividades antes de que exista un producto pues participa activamente en la identificación de necesidades y/o deseos para luego buscar la manera de satisfacerlos mediante un producto o servicio.

Concepto erróneo Nro. 4.-

La mercadotecnia representa una serie de items que terminan siendo un gasto para la empresa; lo cual, es un concepto erróneo porque la mercadotecnia tiene el objetivo de entregar valor y satisfacción a los clientes pero de una forma rentable para la empresa. Por lo tanto, la mercadotecnia no representa un gasto sino una inversión.

Concepto Amplio de la *Mercadotecnia*:

La **mercadotecnia** es un conjunto de actividades que comienzan con la identificación de una necesidad o deseo y termina cuando éste queda satisfecho de la mejor manera posible mediante la entrega de un producto o servicio, claro que a cambio de un beneficio para la empresa u organización.

La **mercadotecnia** tiene lugar cuando existe un escenario favorable para realizar procesos de intercambio. Se dice que la mercadotecnia consiste en una serie de actividades que tienen el objetivo de generar y facilitar procesos de intercambio entre personas, empresas y organizaciones, con la finalidad de satisfacer necesidades y/o deseos.

La **mercadotecnia** es una función de la empresa que enfoca su atención en los clientes, pero de una forma rentable.

Importancia de la *Mercadotecnia*:

Muchas personas todavía no perciben la importancia que tiene la mercadotecnia en sus vidas porque lo perciben como parte de su quehacer diario. Por ejemplo, cuando ven la publicidad de un producto en la televisión, cuando reciben a un vendedor de seguros, cuando reciben un descuento en el supermercado, cuando compran una determinada marca de ropa para vestir, cuando se benefician de un servicio de entrega a domicilio, etc...

Sin embargo, todas éstas situaciones (la publicidad, las ventas personales, los descuentos, las entregas a domicilio; solo por citar algunas) son la "forma" que toman las diferentes actividades de mercadotecnia y que requieren de toda una red de personas y procesos para llevarlas a cabo. Por lo cual, la importancia de la mercadotecnia se ha visto reflejada en tres grandes áreas:

- **En la economía:** Por ejemplo, mediante la generación de empleos directos (el gerente de mercadotecnia, el publicista, el vendedor, etc...) e indirectos (el personal que se contrata en un canal de televisión gracias a la publicidad pagada por los auspiciantes); todo lo cual, permite un movimiento económico en todo un país y en el mundo entero.
- **En el mejoramiento del estándar de vida:** Hoy en día se dispone de muchos más productos y servicios que nos hacen la vida más placentera y llevadera de lo que se disponía hace 100 años atrás. Y en la gran mayoría de los casos, esto se debe a las actividades de mercadotecnia (como la investigación de mercados para identificar necesidades y/o deseos).
- **En la creación de empresas mas competitivas:** Impulsándolas a enfocar su atención en el cliente, para producir aquello que su mercado meta necesita, a un precio que ellos puedan pagarlo, promocionándolo de una forma que el cliente pueda conocer su oferta y utilizando los canales de distribución que permitan tener el producto en el lugar correcto y en el momento preciso.

Campo de Acción de la *Mercadotecnia*:

La **mercadotecnia** puede (y hasta debe) ser utilizada por:

- Empresas (grandes, medianas y pequeñas)
- Partidos políticos
- Personas (profesionales, técnicos, etc...)
- Organizaciones sin fines de lucro
- Clubes sociales
- Etc...

En todos los casos, tanto a nivel local (en su ciudad o país), regional (en su continente) o global (en todo el planeta o gran parte de él).

Conclusiones

La **mercadotecnia** ha logrado un fuerte "impacto" en la vida de millones de personas, empresas y organizaciones, cambiándoles definitivamente su estilo de vida y forma de trabajo; todo lo cual, se puede evidenciar en los productos y servicios que utilizan y en las actividades que desempeñan.

Pero, para tener una perspectiva amplia y completa de lo que es la mercadotecnia se tiene que desechar aquellos conceptos erróneos que solo limitan a las empresas o personas que los practican, como pensar que la mercadotecnia es sinónimo de venta o publicidad, o que entra en acción una vez conceptualizado un producto para ofrecer al mercado, o que simplemente es una forma de gastar dinero.

Ahora, para tener una perspectiva amplia de todo el alcance de la mercadotecnia se debe asimilar el hecho de que sus actividades comienzan antes de que una empresa conciba un producto o servicio, porque primero identifica las necesidades y/o deseos de un determinado mercado y luego busca la mejor forma de satisfacerlos, a cambio de una determinada utilidad o beneficio.

Por otra parte, la importancia de la **mercadotecnia** puede ser visualizada no solo en el desempeño de sus actividades, sino también en lo que éstas generan (empleos, movimiento económico, estándares de vida más elevados, empresas mas competitivas, etc...).

Finalmente, podemos decir que la **mercadotecnia** tiene un campo de acción bastante amplio, porque no solo se limita a las grandes compañías, sino también puede ser utilizada por empresas de mediana y pequeña embergadura, personas, partidos políticos, organizaciones sin fines de lucro, tanto a nivel local como global (mundial).