

Introducción

Desde el inicio de la historia ha existido el intercambio de productos y servicios y ha sido de las actividades más importantes.

El tema de mercadotecnia sigue siendo reciente, sin embargo los hombres inconscientemente la han utilizado desde en las relaciones interpersonales.

Como es de público conocimiento la mercadotecnia es el “arte de llamar la atención”, es la manera metódica y al mismo tiempo creativa de crear formas y figuras que logren transmitir mensajes al subconsciente de los receptores, que en la mayoría de las veces se trata del demandante de un producto el cual al recibir el mensaje, que mediante la mercadotecnia intentamos dar a conocer, se encargara de adquirir el producto que este mensaje le haga “necesitar”.

Evolución histórica de la mercadotecnia en México

En la época antigua, poco tiempo antes de la conquista se realizaba el intercambio de bienes y servicios en un lugar llamado Tiantiztli (mercado), el cual se situaba en hermosas y grandes plazas en las que a cada productor se le asignaba un lugar para ofrecer el bien o servicio que producía.

En estos actos comerciales los fabricantes pagaban impuestos los que ya venían descontados en sus mercancías.

También se practicaba en México el mercado marítimo, el cual se llevaba a cabo en barquillas, principalmente en los mares del sur del país.

En el momento en que llegaron los conquistadores, la forma de realizar el comercio en México sufrió un cambio drástico, dado que los tianguis fueron sustituidos por edificios creados especialmente para fungir como mercados, entre otros cambios.

Es ahí donde surge la tradición de acudir al centro de la ciudad para cubrir sus necesidades, pues solo ahí se encontraban las grandes casas comerciales, aunque aun cuando se han creado las ya famosas “plazas comerciales” el tianguis sigue siendo una forma de comercio en los pueblos alejados e incluso en las grandes ciudades.

Definición de mercadotecnia

Mercadotecnia es un concepto que posee muchas definiciones, sin embargo todas ellas guardan relación entre sí, de modo que se puede definir a la misma como “aquella actividad humana dirigida a satisfacer necesidades, carencias y deseos a través del intercambio”.

Según la American Marketing Association (AMA), la mercadotecnia es el proceso de planeación, ejecución y conceptualización de precios, premiación y

distribución de ideas, mercancías y técnicas para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y organizacionales.

Importancia de la Mercadotecnia en el mercado mexicano

Hoy en día la mercadotecnia es una herramienta en todos los países, sean ricos o pobres y tengan la ideología que tengan pues es una forma de hacer que los productos se vendan y por ende que la economía del país no se encuentre estática. Me atrevo a mencionar que en el caso de los países socialistas los cuales no aplican este proceso de mercadotecnia están cayendo en un rezago realmente importante en su economía, por lo que es necesario que el gobierno de dichos países acepte y aplique estas estrategias de mercado en sus políticas económicas.

Los principales problemas a los que se enfrenta este proceso aplicado específicamente en México son:

- Altos costos, que hacen difícil la implantación de programas de mercadotecnia.
- Falta de recursos para la creación de nuevos productos.
- La disminución del poder adquisitivo, pues aun cuando las estrategias se apliquen si el demandante no cuenta con dinero no es posible que compre.
- Alto nivel de desempleo.
- Mano de obra industrial poco calificada.
- Las situaciones de extrema pobreza.
- Economía subterránea.

La mercadotecnia actualmente está ayudando a la subsistencia de empresas en el mercado, pero cabe mencionar que no solo es utilizada con fines comerciales, en la actualidad es utilizada por el gobierno con fines políticos.

Las 4 P's de la Mercadotecnia

La mercadotecnia como ya se ha mencionado anteriormente es un proceso y como tal debe contar con un conjunto de pasos o puntos de apoyo, en este caso estos pasos son las ya conocidas 4P's (precio, promoción, plaza y producto).

En cuanto al precio se refiere, se considera la cantidad que se paga por la obtención de un bien o servicio, se determina principalmente mediante la demanda de dicho producto y la marca del mismo.

La promoción, es la mercadotecnia propiamente dicha pues son aquellas actividades encaminadas a cambiar la conducta de un consumidor, a través de los medios de comunicación como son la televisión, la radio, revistas, con la ayuda de spots, comerciales y espectaculares que impulsan al consumidor a adquirir determinado producto.

La plaza, es el lugar físico en el que se realizan los actos de compra-venta, en ocasiones esta influye en el precio.

Y finalmente el ultimo componente de la mezcla de la mercadotecnia y el más importante de esta, el producto, el cual se define como todo aquello que es susceptible a ser comprado, cambiado, etc. Une un conjunto de características que lo distinguen de los demás (marca, diseño, posicionamiento, etc.).

Ciclo de vida de un producto

El producto como bien consumible y tomando en cuenta que todo cambia en algún momento por lejano que esto parezca, sucede y no siempre es para bien, sobre todo hablando en cuanto a productos.

Un producto en el momento de su concepción es considerado en etapa de **introducción**, de modo que se implementas estrategias mercadológicas, para lograr que la demanda conozca dicho producto, las ganancias serán realmente escasas incluso pueden llegar a ser nulas, pero en el momento en que el producto llega a la fase de **crecimiento** las ganancias empiezan a elevarse y es entonces cuando se logra la aceptación de la demanda hacia el producto.

En seguida el producto llega a la etapa más duradera del ciclo de vida que es la **madurez**, en la que los gerentes de mercadotecnia se plantean un reto y este es mantener al producto el mayor tiempo posible ahí, pues el producto alcanza un equilibrio entre la producción y la venta del mismo.

Finalmente el producto llega a la **decadencia**, en la que las ventas disminuyen, no considerablemente pero si periódicamente y si no se aplica ahí una estrategia puede llegar a desaparecer del mercado.

Conclusión

Como es natural los seres humanos siempre necesitamos “algo” y hay esta siempre la mercadotecnia ofreciéndonos ese “algo”.

Se puede resaltar el papel que la mercadotecnia desempeña en las ventas de un producto, en la campaña de un político e incluso en la promoción de una fiesta, entre muchas otras cosas, pero esta tiene que tener bien planteadas las estrategias si lo que se pretende es llegar a la MADUREZ.

De modo que sin la mercadotecnia no se tiene nada en el mercado, o bueno si se tiene pero hay se conservaría sin la ayuda de la mercadotecnia.

Bibliografía

Ensayo de Mercadotecnia. (2009). Recuperado 16 de Noviembre, 2011, de http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/aula/ensayo_mercadotecnia.html#1.

Antecedentes de la Mercadotecnia. (2005). Recuperado 16 de Noviembre, 2011, de <http://sistemas.itlp.edu.mx/tutoriales/mercadotecnia1/t11.htm>.