

El Marketing es mejor de lo que dicen

En un amplio sector de nuestra sociedad, el Marketing tiene una imagen que podríamos conceptuar como francamente negativa o en el mejor de los casos un tanto confusa.

Imagen negativa, porque en muchas ocasiones se ha podido realizar y se ha realizado un mal uso del Marketing.

Así se piensa que el Marketing es eso que se hace para "vender la moto", es decir ocultar lo negativo del producto o servicio, lo que lleva a engañar al cliente. Esta mentalidad puede deberse a unas etapas pasadas de la actividad empresarial en que el objetivo de las empresas se cifraba exclusivamente la producción y/o las ventas. En esos momentos las empresas se han servido de las herramientas del Marketing buscando únicamente su propio beneficio con independencia del consumidor; así, se llegaba a manipular la demanda y se ponía en práctica una "venta a presión" o "venta agresiva" utilizando cualquier tipo de "artes" con tal de conseguir la venta.

Ante este planteamiento lo único que podemos decir es, por un lado que esos momentos ya son historia y por otro lado, que ese concepto negativo del Marketing, no se debe achacar al mismo, ya que en realidad el Marketing no es bueno ni malo, sino que es una herramienta y como tal su carácter positivo o negativo dependerá lógicamente del uso que se realice del mismo.

Imagen confusa, porque en general no se tiene un conocimiento claro de lo que es y de lo que hace el Marketing.

Esta imagen confusa es habitual incluso entre los ejecutivos de muchas empresas. No conocen bien lo que es el Marketing, al que confunden con las ventas, con la publicidad o...con hacer bien los folletos de la empresa. Todo esto tiene que ver con el Marketing, pero el Marketing es algo más; el Marketing es una filosofía de empresa, una cultura de empresa que como idea fundamental propugna la adaptación de la empresa al mercado, a los consumidores. El Marketing a su vez dispone de una serie de técnicas o herramientas que van desde el estudio del mercado hasta la elección de las estrategias oportunas para lograr esa satisfacción del consumidor.

Por eso se puede definir como:

"Actividad que tiende a generar y facilitar el intercambio de productos o servicios, con la finalidad de satisfacer necesidades o deseos."

O también:

"Conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades de los consumidores y de la empresa."

Es decir que el Marketing pretende:

- La satisfacción de las necesidades de los consumidores, por lo que procura que la empresa esté en continua búsqueda para conseguir esa satisfacción del consumidor. Búsqueda de nuevos productos, búsqueda de nuevas formas de distribución...
- La satisfacción de la propia empresa, que básicamente se traducirá en la obtención de un cierto beneficio si quiere pervivir en su actividad empresarial, o en la obtención de otros objetivos como puede ser los que persiguen las instituciones no lucrativas y los organismos públicos.

Con lo que perfectamente se puede argumentar que el Marketing es mucho mejor de lo que algunos dicen ya que actúa como un acicate para la empresa y al tiempo es un elemento de servicio a la sociedad, cuyas necesidades y deseos busca satisfacer.

Cándido Ruiz

Director del Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial