

¿Sabes realmente qué es el Marketing?

Por Mariano Larrazabal

Publicidad, Marketing y ventas son tres conceptos que deben diferenciarse con mucha claridad.

En el mundo empresario —y también profesional—, existe una confusión demasiado importante que no puede ser obviada. Muchos creen que el marketing consiste únicamente en vender y hacer publicidad. Algunos hasta consideran que Publicidad es igual a Marketing. En la mentalidad de los cuadros medios y altos de las empresas, se ha instalado la mala costumbre de referirse a las «estrategias de ventas» denominándolas «planes de marketing»; se habla de «campana de marketing», cuando lo que se quiere hacer es «publicidad o promoción». Sin embargo, las ventas y la publicidad son apenas la punta del iceberg del marketing. ¡Solo una pata de la mesa!

Esta confusión de base, altera la percepción del marketing y hace que las organizaciones tomen decisiones que generan efectos negativos para su negocio. Quienes trabajamos en torno al marketing debemos discernir claramente si la empresa que asesoramos demanda publicidad, marketing, promoción o posicionamiento. Es elemental desechar impresiones equívocas que no hacen más que mezclar conceptos muy diferentes entre sí.

Hasta hace pocos años, en numerosas empresas, el área de marketing estaba integrado al área comercial. Con el paso de los años, cobró importancia y se independizó como área medular para desarrollar las famosas «cuatro P»: producto, precio, publicidad y punto de venta. Hoy se supone que el departamento de marketing debe edificar y producir sin depender de las demás áreas de la empresa; por supuesto, manteniendo una lógica comunicación abierta, interna y dinámica, que logre eficiencia en el funcionamiento y concreción de objetivos. Lo más habitual es que se considere que el marketing es la plataforma que impulsa las ventas.

Sin embargo, el Marketing no debe entenderse en el sentido antiguo de comunicar y vender, sino en el sentido moderno de escuchar al cliente y satisfacer sus necesidades; es decir, «detectar y responder». Debe hacerse con una perspectiva de afuera hacia dentro.

Es fundamental diferenciar con claridad los tres conceptos:

- **Marketing:** es la administración redituable de las relaciones con el cliente, con el fin de crear valor para él y establecer relaciones sólidas.
- **Publicidad:** es comunicación. Es tránsito de información para que el público conozca

el producto, la empresa y la marca. Lo que no se comunica no existe.

- **Ventas:** es otra forma de acceder al mercado por parte de las empresas. Su objetivo no es producir lo que el mercado desea, sino vender lo que se produce.

«La venta tiene una visión y efectos a corto plazo, en tanto que el marketing es una actividad a largo plazo».

Philip Kotler

Publicado el 25/03/2014



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/sabes-realmente-que-es-el-marketing>

