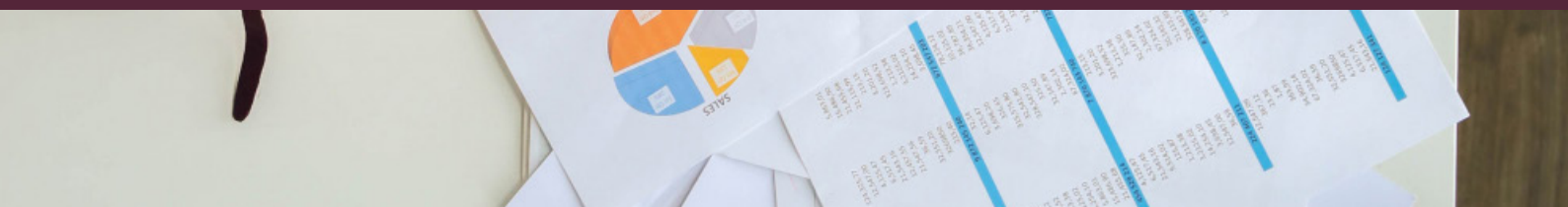




FUNDAMENTOS DE MERCADEO

CONCEPTO Y FUNCIONES DEL MERCADEO



CONCEPTO Y FUNCIONES DEL MERCADEO

El mercadeo es una disciplina estratégica y multifacética que se ha transformado con el tiempo, para responder a las necesidades de un entorno dinámico y globalizado. Más que una simple actividad comercial, el mercadeo se centra en la creación de valor, la satisfacción del cliente y la generación de vínculos sostenibles entre las empresas y los consumidores. Según Kotler y Keller (2016), el mercadeo es un proceso social y gerencial que busca satisfacer necesidades y deseos, mediante la oferta de soluciones que entregan valor a todas las partes involucradas, destacando su capacidad para generar impactos positivos, tanto económicos como sociales.



En la actualidad, el mercadeo incorpora elementos tecnológicos avanzados y una comprensión más profunda del comportamiento del consumidor, para diseñar estrategias personalizadas y experiencias únicas. Herramientas como el análisis de *Big Data*, la inteligencia artificial y las plataformas digitales, han revolucionado cómo las empresas interactúan con sus audiencias, permitiéndoles anticiparse a las demandas y superar expectativas. Según Céspedes Sáenz (2010), esta evolución no solo transforma el mercadeo en un catalizador para la competitividad empresarial, sino que también refuerza su papel como un componente esencial en el desarrollo sostenible de los mercados globales.

Además, el mercadeo moderno se alinea con principios éticos y responsables, enfocándose en prácticas que promuevan la sostenibilidad, la inclusión y la transparencia. Autores como Kotler, Kartajaya y Setiawan (2021), destacan la importancia de integrar la tecnología con los valores humanos, para crear conexiones significativas y beneficiosas para los consumidores y la sociedad. Este enfoque posiciona al mercadeo como una herramienta poderosa, no solo para alcanzar objetivos comerciales, sino también para generar un impacto positivo en el entorno social y ambiental en el que opera.

Concepto de mercadeo

El **mercadeo** es una disciplina estratégica cuyo objetivo principal es **identificar, anticipar y satisfacer las necesidades y deseos de los clientes**, generando valor

para todas las partes involucradas: consumidores, empresas y la sociedad. Según la **American Marketing Association (AMA)**, el mercadeo se define como “la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas, que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general”.

Desde la perspectiva de **Philip Kotler**, considerado el padre del marketing moderno, el mercadeo es “un proceso administrativo y social mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación, oferta e intercambio de productos y servicios de valor con otros”. Esta definición amplía la comprensión del mercadeo al incluir su dimensión social, destacando su papel en el equilibrio entre los intereses de los consumidores y los objetivos empresariales (Kotler & Keller, 2016).

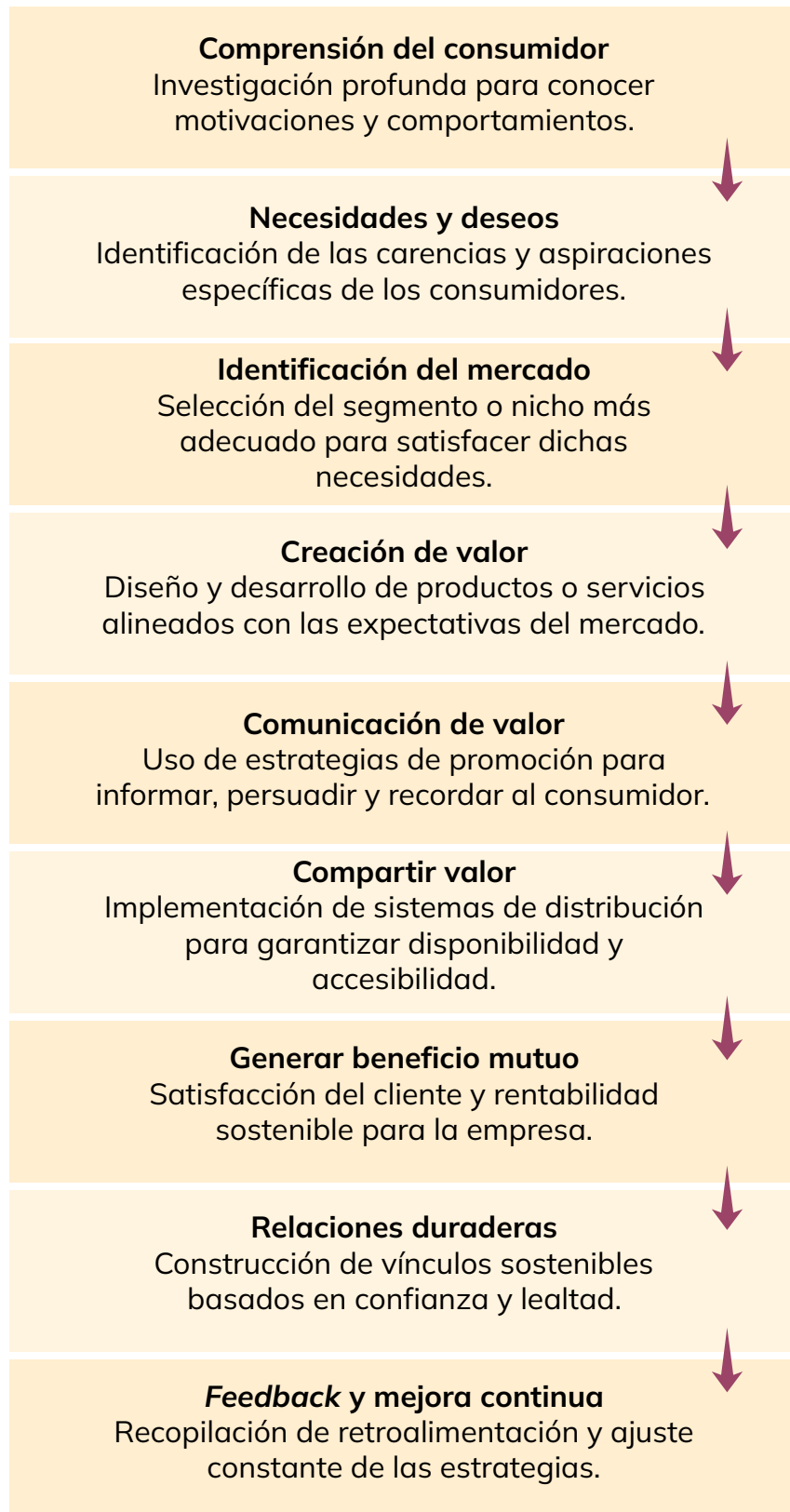
Más allá de ser una simple actividad comercial, el mercadeo se centra en la **construcción de relaciones duraderas** basadas en la confianza, la fidelidad y el valor mutuo. Estas relaciones no solo aportan beneficios económicos, sino también sociales y emocionales, lo que convierte al mercadeo en una herramienta esencial para garantizar la sostenibilidad empresarial en un entorno dinámico y competitivo (Céspedes Sáenz, 2010; Giraldo Oliveros *et al.*, 2021).

El enfoque moderno del mercadeo, pone un énfasis particular en la **creación de experiencias significativas** para los consumidores, adaptándose continuamente a las dinámicas del mercado y a los avances tecnológicos. Esto lo convierte en un componente esencial para que las empresas no solo logren sobrevivir, sino que prosperen en un panorama globalizado.



Figura 1

Modelo completo del proceso de marketing según Kotler



Nota: adaptado de Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15ª ed.). Pearson Education.