



## OPINIÓN

**ROGER  
PINGO JARA**

DECANO  
FACEN - UDCH

### **Hablemos de Marketing (2da. parte)**

En la primera parte de este tema nos preguntamos ¿cuando apareció por primera vez el marketing?. El artículo de hoy, plantea la siguiente pregunta ¿Qué es marketing?

Hace muchos años, David Packard, cofundador de Hewlett Packard, dijo: “El Marketing es muy importante como para dejarlo a cargo del departamento de marketing”. Según Kotler, una compañía puede tener el mejor departamento de marketing del mundo y fallar en el marketing. ¿Por qué? Porque el departamento de producción puede proporcionar mala calidad, el departamento de envíos puede retrasarse, el departamento de contabilidad puede imprimir facturas incorrectas... todo lo cual puede conducir a la pérdida de clientes. El marketing sólo es efectivo si todo el personal trabaja para entregar el valor prometido y para satisfacer y deleitar al cliente.

Es importante también mencionar que hace 33 años, Peter Drucker expresó lo siguiente: “Una compañía sólo tiene dos funciones básicas: la innovación y el marketing”, con lo cual sostenía que el marketing debe tomarse en cuenta para establecer el rumbo estratégico de la compañía.

Otro punto importante es lo que el famoso autor norteamericano Regis McKenna dijo: < Marketing es todo y todo es Marketing >.

Nosotros en el blog Marketing y Éxito.com decimos que el marketing es un estilo de vida (tal como lo resaltó el diario El Comercio en su edición del sábado 02 de febrero del presente año). Marketing es una filosofía de vida, es hacer feliz a nuestros clientes y consumidores, que se sientan contentos, dispuestos a volver a comprarnos, a honrarnos con su presencia y preferencia, que seamos prioridad en sus gustos, en su toma de decisiones al momento de comprar porque siempre reciben un trato con calidez y adquieren beneficios tangibles e intangibles que les satisface y deleita.

Durante el desarrollo de diferentes conversatorios, cursos, seminarios, conferencias, programas In House o hechos a la medida, siempre manifiesto que marketing es: “expectativa y percepción”, “parecer y ser”. Aquí radica el punto central de nuestro trabajo en marketing, donde debemos aprender a escuchar y no solo a oír; mirar (observar) y no solo ver lo que está sucediendo en el mercado y dentro de nuestra empresa. De lo contrario no podremos diferenciarnos y ganar y no estaremos pensando, diciendo y haciendo marketing, marketing, marketing.

Recuerden siempre: El mundo es tuyo con el Marketing. Hasta la próxima.