



# Principios del Marketing

## ¿Qué es el marketing?

*Marketing es, a menudo,, confundido con "publicidad" y/o "ventas". Marketing es un proceso continuo y sistemático, destinado a descubrir y desarrollar las necesidades del mercado, elaborar productos para satisfacerlas, crear canales de distribución y elaborar políticas y estrategias de precios.*

**H**acer marketing es sumamente complejo, ya que no se trata de vender o hacer publicidad o promoción. La persona encargada del marketing en una empresa es aquella que descubre y estudia las necesidades del mercado, desarrolla productos para atender esas necesidades, establecer precios, políticas de promoción y canales de distribución.

El responsable de marketing desarrolla y ejecuta políticas y tácticas sobre las cuatro variables controlables que conforman la mezcla de marketing: precio, producto, plaza y promoción.

Estas cuatro variables derivan de los términos en idioma inglés *Price, Product, Place* y *Promotion*, que investigó y desarrolló minuciosamente Philip Kotler, el maestro del marketing.

Las Licenciaturas en Comercialización o Marketing que dictan las Universidades y casas de estudio de América Latina y Europa, incluyen en sus programas, entre otras, materias como derecho, economía, estadística, matemáticas, finanzas, contabilidad y sociología. Esto se debe a que el profesional del marketing tiene que estar formado en diversas disciplinas y necesita contar con múltiples herramientas, que le permitan comprender la realidad de los negocios de manera integral y completa.

Las acciones del responsable de marketing involucran a todos los



Lic. Augusto Diego Berard  
[a.berard@pampamarketing.com](mailto:a.berard@pampamarketing.com)

sectores de la organización y sus errores o aciertos son decisivos para lograr el éxito o caer en el fracaso.

Vender o hacer publicidad son acciones de vital importancia y están dentro de un plan de marketing, pero no son sus sinónimos.

Para hacer marketing, es necesario investigar, descubrir necesidades y planificar.

El error más común en el mundo de los negocios es primero crear un producto, ponerle un precio y, luego, intentar venderlo en el mercado. Si ese producto no fue pensado y diseñado en base a un estudio de necesidades, está condenado al fracaso.

Conocer la necesidad del mercado, mensurarla y, luego, crear el producto, es el camino que toman las empresas exitosas.

### ¿QUÉ ES UNA NECESIDAD?

Definimos "necesidad" como carencia o falta de algo, algo que nos sucede a todos los seres humanos.

El psicólogo estadounidense Abraham Maslow describió las necesidades en una pirámide de jerarquías:

- **FISIOLÓGICAS:** están en la base de la pirámide. Estas necesidades son primarias y básicas en los seres humanos, como la necesidad de

respirar y alimentarse. Si no se atienden estas necesidades, no se puede vivir. Descansar y dormir también son necesidades fisiológicas.

- **Seguridad:** estar protegidos y seguros, sin miedo al entorno. Vivir en un lugar seguro y protegido de los peligros del exterior.
- **Sociales:** la necesidad de interactuar con otros seres humanos y de vivir en sociedad. También la de pertenecer a un grupo social. Establecer amistad, relaciones afectivas, realizar tareas recreativas.
- **De autoestima:** necesidad de valerse por sí mismo, tener éxito, superarse.
- **De realización:** vinculadas con el ser, la trascendencia de la vida y los valores.

Maslow sostiene, también, que las necesidades no satisfechas son las que influyen en el comportamiento del ser humano.

Otro concepto erróneo es creer que las necesidades se crean: las necesidades son parte de todos los seres humanos.

Es oportuno afirmar, entonces, que el marketing no crea necesidades, sino que las descubre y potencia a través de alguna de las 4 variables mencionadas anteriormente: precio, producto, plaza o promoción. ■

Ya está a la venta el libro  
**ESTRATEGIAS DE MARKETING**  
Para vender más y mejor  
del Lic. Augusto Diego Berard

Informes: [a.berard@pampamarketing.com](mailto:a.berard@pampamarketing.com)