

## RESEÑA POR ESTUDIO-B:

**“Marketing: El ingrediente Faltante en el Emprendimiento Social”**

Por Ira Klab.

Disponible en: [https://www.huffingtonpost.com/ira-kalb/marketing-the-missing-ing\\_b\\_6973658.html](https://www.huffingtonpost.com/ira-kalb/marketing-the-missing-ing_b_6973658.html)

Me han pedido enseñar un curso de Marketing para el respetado Programa de Emprendimiento Social en la USC. Mientras me ilusiono con esta gran oportunidad, también reconozco que es un gran desafío. La gente de negocios tiende a mirar a los emprendedores sociales como los bienhechores sacrificados que malgastan su tiempo buscando causas perdidas. Más aún, los empresarios sociales ven a los empresarios que andan en busca de lucro como egoístas y avaros con muy poca preocupación del bien común. Incluso peor, ven a los profesionales del marketing como ruines mentirosos. ¿Porque la gente inteligente que quiere usar su inteligencia para resolver los problemas sociales mundiales tienden a rehuir del marketing?

Muchos culpables.

Hay muchas razones para tener esta visión negativa del marketing. Aquí unas cuantas.

**\*Nuestra cultura nos desacredita\***. Del clásico de Arthur Miller *La muerte de un Vendedor*, a la obra de Oliver Stone *Wall Street* y el éxito televisivo *Mad Men*, los profesionales del marketing son retratados como entes negativos.

**\*Muchas universidades no lo enseñan\***. Muchos académicos piensan que está muy por debajo de ellos y lo menosprecian como un curso ligero. Algunos ven las ventas como un pecado mortal.

Aquellos que ofrecen cursos en ventas habitualmente contratan a profesores fuera del campo académico para enseñarlo.

**\*La mayoría lo aprendió en el trabajo\***. Como hay pocos lugares para aprender, mucha gente de marketing aprende de los jefes en el trabajo, los cuales han adquirido malos hábitos. Esto tiende a perpetuar los estereotipos negativos acerca del marketing y las ventas.

**\*No hay control de calidad ni estándares en licenciamiento\***. Contrario a los contadores, abogados, arquitectos y doctores, el marketing no tiene control de calidad o estándares en cuanto a licenciamiento que requiere que pasen un examen. Por ende, la profesión del marketing esta poblada por un vasto grupo de personas con habilidades y ética variadas. Desde mentirosos ruines hasta algunos de los mas talentosos y profesionales del mundo. De hecho, cuando se forman los estereotipos, los "stereotipantes" usan los peores ejemplos posibles.

**\*Miedo al rechazo\***. Aquellos que tienden a ser más inteligentes y socialmente conscientes (los que gravitan en el empresariado social) tienden a ser mas sensibles al rechazo- lo que es parte natural del proceso de ventas. El miedo al rechazo es dado como la razón por la cual muchos rehúyen del marketing y las ventas.

Al reconocer estos malentendidos y el hecho que el marketing es una función importantísima para el éxito de cualquier empresa- ya sea social o no- ¿cuál es la solución?

## **Mejor comprensión de la importancia del marketing.**

Para explicar la importancia del marketing y convencer a los espectadores escépticos de creerlo , es útil citar a un tercero bastante respetado quien ni siquiera es un profesional del marketing. Escogí a Peter Druker- un erudito en la administración , profesor de Claremont y una persona a la que considero el padre de la consultoría administrativa. Druker coloco al marketing en el más alto pedestal posible. El dijo:

“El propósito de los negocios es el de crear clientes, la empresa de negocios tiene dos- solo dos- funciones básicas: marketing e innovación. El marketing y la innovación producen resultados : todo el resto son costos. El Marketing es la única función distintiva de el negocio.”

En la misma línea, David Packer, co-fundador de Hewlett-Packard ilustremente dijo,

“El marketing es demasiado importante para ser dado a la gente de marketing.”

Esta enfatiza su importancia ,al mismo tiempo que castiga a la mayoría de profesionales del marketing por no conocer el tema lo suficiente.

## **¿Porque el tema del marketing es así de misterioso?**

Cuando hacen esta pregunta, la mayoría de gente piensa en publicidad o ventas. Esto prueba la falta de conocimiento de marketing , ya que el marketing es mucho más que publicidad y ventas. A decir verdad, publicidad y ventas son solo dos de numerosas formas en las que una organización puede promover sus productos. Y la promoción es solo una de los siete bloques fundacionales del marketing. Mientras que hay muchas definiciones, aquí una es ofrecida por la American Marketing Asociación ( Organización Americana de Marketing)...

“ El marketing es la actividad, conjunto de instituciones y el proceso de crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, socios y sociedad en general.”

El problema con esta definición es que es como cualquier otra. Trata de incluir todo, y dice muy poco. La que yo prefiero es...

“ El marketing es el proceso por el cual los productos son desarrollados y llevados al mercado para satisfacer la necesidad de un publico objetivo.”

Los productos incluyen bienes, servicios, ideas y conceptos.

Lo que convierte al marketing en un reto para los empresarios sociales es que el público objetivo tiende a ser más complejo. Existen más que un segmento que tiene que ser convencido y satisfecho. Los usuarios finales del producto puede que sean distintos a los que eligen, compran y evalúan el producto. No hay problema. Este es el caso con muchos productos. Solo quiere decir que los empresarios sociales necesitan entender el marketing de mejor manera, para que puedan mercadear sus productos exitosamente a todos los constituyentes que necesitan ser satisfechos. Esto no puede pasar si los empresarios sociales ven al marketing como un arte oculto o un mal necesario. El Marketing necesita sustentar su importancia necesaria para el éxito. En vez de que falte, necesita ser más abundante y ejecutado profesionalmente para que todas las partes comprometidas puedan “vivir felices para siempre” como se nos enseñó en la escuela primaria. Si eres un empresario social, te deseo la mejor de las suertes. Por supuesto, más que la suerte, es el conocimiento de Marketing.