

PRÓLOGO

Foreword

El presente libro que lleva por título *Hablando de Marketing* consiste en la recopilación de varios artículos escritos por alumnos que realizaron el Diplomado en Marketing Estratégico y Marketing Digital de la Universidad Santiago de Cali; estos escritos se realizaron como parte de los requisitos que se tienen como opción de grado dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, en donde abordamos varios temas inherentes al marketing.

Al hablar de Marketing se debe partir que este es una actividad de las organizaciones, que les permite darse a conocer en el entorno doméstico, internacional, multinacional o global, cualquiera que sea su tejido empresarial. El marketing permite que una organización logre sus objetivos financieros y estratégicos, como el incremento de sus ventas, el posicionamiento en el mercado, su crecimiento y participación del mercado, su targeting o segmentación del mercado basada en dar respuesta a los requerimientos de los consumidores; con base en ello las empresas diseñan las mejores estrategias de mercadeo sobre el producto o servicio, los precios, el canal de distribución, y el proceso de comunicación para lograr satisfacer las necesidades, deseos, expectativas o caprichos de los clientes y para las empresas su crecimiento y rentabilidad.

La relevancia del marketing está dada por identificar y entender cuáles son los estímulos que causan lealtad y posicionamiento de marca en la mente del consumidor, como también el uso de las redes sociales, la aplicación del marketing digital, la utilización de las redes sociales que incentivan a las personas buscar productos/bienes o servicios que satisfagan las necesidades insatisfechas en un momento dado, además de la facilidad que ofrecen las herramientas digitales.

El marketing, en sus distintas formas de aplicación en una organización, se ha convertido en un sistema de pensamiento y de acción,

debido que la competitividad es cada día más exigente por las nuevas formas de competir, mercadear, atraer y satisfacer clientes, utilizando los medios con que se cuentan en los distintos sectores productivos.

Los adelantos tecnológicos y la propensión de los consumidores a estar más informados gracias al internet, hace que no sea suficiente para una empresa el tener un plan de marketing y estrategias de comercialización, de canales de distribución, página web entre otros; debido que estos adelantos en esta era digital interactúan dinámicamente en la compra y consumo de productos, bienes y servicios a través de medio, con acceso a plataformas digitales por lo que se puede evidenciar que la demanda de los consumidores en la actualidad está influenciada por la actividad de las redes sociales en las que están inscritos y a las nuevas tendencias tecnológicas.

El marketing es sumamente importante para toda organización que quiera diseñar estrategias bien consolidadas para enfrentar un proceso de globalización y así lograr su competitividad en los mercados.

Por toda esta compilación de los artículos desarrollados, damos la infinitas gracias a todos los estudiantes que contribuyeron con sus aportes para que este proyecto de publicación del libro *Hablando de Marketing* sea una realidad.

José María Burbano Cerón