



GENERALIDADES De La MERCADOTECNIA

Es menester mencionar que la importancia de la economía es el cimiento de sociedad, sin ella las personas no sabrían cómo administrar sus ingresos y gastos y no podrían satisfacer sus necesidades de una manera eficaz. de hecho, es una ciencia social que estudia cómo las familias, empresas y gobiernos organizan los recursos disponibles, aunque escasos, para satisfacer las diferentes necesidades y así tener un mayor bienestar. De aquí la importancia de la Mercadotecnia, en la formación del técnico superior en el área administrativa; ya que abarca las ventas, la producción, los productos, las compras, exportaciones, entre otros.

Por lo tanto, en el objeto de la mercadotecnia, está el sujeto económico y sus necesidades, quienes son los que toman decisiones en función de sus requerimientos y, por ende, es el móvil inicial de todo individuo, es el punto de partida de todo ser humano al querer obtener recursos para satisfacer sus necesidades, dando lugar de esta manera al marco teórico de las bases de la economía que son "la escasez y la elección". ahora bien, la escasez es la falta de recursos necesarios para satisfacer una o más necesidades, las cuales pueden o no ser clave para la supervivencia. Es decir, el concepto de escasez puede aplicarse tanto a bienes básicos, como alimentos, como a aquellos productos o servicios que no son indispensables. mientras que las elecciones son de carácter fundamental para el ámbito económico; ya que este es el principio por el que se pueden explicar distintos y complejos procesos que ocurren en el área. es la sociedad quien decide cómo se emplearán los recursos escasos para lograr la máxima satisfacción de sus necesidades. Es una decisión que las personas toman de acuerdo a muchos factores; como los culturales, por imposición de grupos o los precios. Este es un proceso que encierra en sí dos aspectos: el primero es el de la oportunidad; que engloba un conjunto de cosas que están disponibles.; el segundo es un criterio de selección llamado preferencias. Abordando de esta manera el principio económico "máximo aprovechamiento y mayor rendimiento", criterio racional.

Oportunidad para abordar el tema de mercado, en el sentido que: si los sujetos económicos satisfacen sus necesidades de consumo a través del autoabastecimiento o autosuficiencia, entonces, no existiría el mercado, en la medida que exista la escasez la limitación de los recursos y al aflorar el criterio racional, los sujetos económicos incurren en el intercambio de los excedentes entre los diferentes grupos de la colectividad, generándose de esta manera el mercado a través del trueque. requiriéndose para ello mínimo dos personas interesadas y que tengan algo que ofrecer a la otra, dando pie a ello, las transacciones económicas (transferencia de propiedades).

La fuerza impulsora del intercambio está en la satisfacción de las necesidades y estos revalorizan los bienes., sabiéndose que las necesidades son infinitas en cantidad y varían en el tiempo y en el espacio geográfico de acuerdo a las características demográficas de la población (edad, sexo, nivel de ingreso y ocupación entre otras), y geográficas (región del país, clima, ubicación de la vivienda urbana y rural entre otras) sociales culturales, religión, ciclo de vida familiar y otros. Las necesidades varían y la colectividad actúa en la búsqueda de recursos que satisfagan sus necesidades. Oportunidad de referir a la mercadotecnia al adaptar los productos y servicios a los nuevos gustos y necesidades de la población, esto buscando que la actividad comercial sea duradera y ubicando un mercado cada vez más amplio. generando esto, un conjunto de técnicas empresariales orientadas a optimizar sus resultados por medio de la comercialización. (la mercadotecnia y con ello sus estrategias).

Bajos estas proposiciones el Colegio Universitario de Administración y Mercadeo (CUAM) considera la mercadotecnia como una de las especialidades bandera de nuestra institución, considerada desde sus inicios como uno de los pilares de esta casa de estudios.

Prof. Economista, Ingrid España