



ANALISTAS | 11/09/2021

# El producto solo no puede

Carlos Fernando Villa Gómez  
Consultor de Mercadeo

MÁS COLUMNAS DE ESTE AUTOR



GUARDAR



Agregue a sus temas de interés

Mercadeo +

Globalización +



Agregue a sus temas de interés

Mercadeo +

Globalización +

Oferta +

Clientes +



Agregue a sus temas de interés

Mercadeo +

Globalización +

Oferta +

Clientes +

Administre sus temas

Mercadeo +

Globalización +

No es raro escuchar gente del mercadeo, y fuera de él, afirmando que un muy buen producto es suficiente para generar y mantener los mercados, afirmando que no se necesita hacer tanto uso de la mezcla y las comunicaciones mercadológicas y sus herramientas; incluso hay quienes han dicho que es algo que no debe hacerse, y que aplicar las técnicas de mercadeo en esos casos sería como desconocer y menospreciar la calidad de la oferta.

A esta creencia, errada por cierto, y a quienes así piensan, hay que recordarles aspectos básicos, entre muchos, sobre todo durante este pandémico tiempo: las cosas han cambiado, están cambiando y seguirán cambiando, y mucho, pues la pandemia, la competencia y la evolución no solo tecnológica sino la que se refiere al comportamiento de los mercados como con claridad se aprecia, así lo "exigen". Por ejemplo, las comunicaciones se han incrementado de manera casi absurda, en cantidad y diversidad de medios a través de los cuales se transmiten los mensajes, siempre necesarios, los sistemas de distribución y las políticas de precios, por mencionar algunos.

La constante del cambio, de la que tanto se ha hablado, y la evolución de los ambientes, hacen que se requiera de un proceso de comunicaciones que trabaje por generar y sostener los niveles de interés del mercado, como demostró Hermann Ebbinghaus hace más de 100 años. De poco o nada sirve tener un producto excelente si el mercado no sabe suficiente sobre su existencia y no se le recuerda adecuadamente y con la frecuencia necesaria, y si esto se da, no se tiene un sistema de distribución eficiente y adecuado, o el precio no es efectivamente estimulador ni genera la percepción de calidad que debe transmitir, o el servicio al cliente no es el adecuado, por decir lo menos.

Cuando la realidad de los mercados, y la globalización presentan una oferta que no ha generado una diferenciación valorada por los clientes, lo que hace que el precio sea el diferenciador principal, además de que la mayoría de productos funcionan bien, es necesario trabajar bajo el concepto de la mezcla de marketing, de la que en la década de los 60 los profesores de Harvard, Neil Borden y James Culliton identificaron variables que influyen el comportamiento de las personas al tomar decisiones, de

- Oferta +
- Clientes +
- Administre sus temas

- Oferta +
- Clientes +
- Administre sus temas

una parte, y Jerome McCarthy, de otra, propusiera las famosas “cuatro Pes”, que han servido para que no pocos académicos, y hasta prácticos, discutan de manera bizantina, sobre la cantidad de las mismas, casi que desconociendo la fundamentación de la teoría (combinación de las variables controlables para mantener una estimulación e interés adecuados), se necesita aceptar y entender que es un conjunto de elementos los que se necesitan trabajar para que el mercado se desarrolle efectivamente.

Si bien es cierto que todo nace de lo que se ofrece (resultado de un proceso que busca satisfacer necesidades y/o deseos de las personas), hay que considerar que para que el mercadeo sea verdaderamente efectivo es necesario hablar, hacerse sentir, llegar a las mentes de las personas y alcanzar el posicionamiento competitivo de manera que se logren los niveles de éxito que se pretende, y recordar, pues de lo contrario poco se logrará.

Lo que no se puede discutir es que si el producto no es de óptima calidad para el mercado objetivo, no habrá mezcla que logre clientes, y mucho menos que sean leales.

f t in [GUARDAR](#)

## NOTICIAS DE SU INTERÉS



ANALISTAS

El 11S y la guerra más larga

■ Maritza Aristizábal Quintero



HACIENDA

Karen Abudinen presentó oficialmente su renuncia como ministra de las TIC



HACIENDA

Nuevos artículos fueron incluidos en radicación del proyecto de Inversión Social ante el Congreso



BOLSAS

Los presupuestos financieros para 2022 deberían realizarse con el dólar a \$3.775



AFGANISTÁN

Nuevo gabinete de los talibanes incluye a un terrorista designado por Estados Unidos



INDUSTRIA

El golpe de Guinea pone en riesgos la cadena de suministro de aluminio hacia China

## TENDENCIAS

1 TURISMO

“Ya tenemos más de 60 apartamentos para alquilar en Bogotá y más de 120 en Lima”

2 TECNOLOGÍA

“Nuestros clientes no pagarán cuota de interés en créditos que tengan a tres meses”

3 ANALISTAS

Oda a los Voltearepas

4 TRANSPORTE

“Esperamos para el próximo año abrir alguna nueva ruta en el mercado de Ecuador”

5 ESTADOS UNIDOS

Así cambiaron los viajes de negocios después de los

## MÁS DE ANALISTAS



ANALISTAS | 11/09/2021

### Liderar con el corazón

■ José Leonardo Valencia



ANALISTAS | 11/09/2021

### El panorama de Hidroituango

■ José David Name

ANALISTAS | 10/09/2021

**6** **BOLSAS**  
Conozca cuáles fueron las acciones más negociadas en agosto en la Bolsa de Valores

■ Flavia Santoro

MÁS ANALISTAS

## MÁS DE LA REPÚBLICA



### ARGENTINA

Esto es lo que estaría en juego para las elecciones de este domingo en Argentina



### HACIENDA

Registraduría adjudicó por \$1,23 billones la licitación para organización de elecciones



### LEGISLACIÓN

No fue aprobada la moción de censura contra Karen Abudinen porque no hubo quórum decisorio



### BANCOS

Banco Popular tiene stand en Silverexpo, evento para el adulto mayor en Corferias



### CULTURA

Inicia el Festival Astronáutico y de Exploración Espacial a 39 kilómetros de Bogotá



### LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA DE LAS AGROTECH

Hay 811 millones de personas en el mundo se embarcan al futuro en 2025

### TECNOLOGÍA

Conozca las nuevas agrotech que están impulsando la cade de valor de la agricultura



© 2021, Editorial La República S.A.S. Todos los derechos reservados.  
Cr. 13a 37-32, Bogotá  
(+57) 1 4227600

SUSCRÍBASE

### TODAS LAS SECCIONES

Agronegocios  
Asuntos Legales

Consumo  
Especiales

Finanzas  
Personales

Infraestructura  
Obituarios

Responsabilidad  
Social

Videos

Alta Gerencia  
Caja Fuerte

Economía  
Eventos

Globoeconomía

Inside

Ocio  
Salud Ejecutiva

Análisis  
Comunidad

Empresarial  
Empresas

Finanzas  
Indicadores

Internet Economy

Podcast  
Sociales

### MANTÉNGASE CONECTADO

Contáctenos

Aviso de privacidad

Términos y Condiciones

Política de Tratamiento de Información

Política de Cookies

Superintendencia de Industria y Comercio



### PORTALES ALIADOS:

asuntoslegales.com.co agronegocios.com firmasdeabogados.com bolsaencolombia.com colombiapotenciaenergetica.com  
canalrcn.com rcnradio.com

Organización Ardila Lülle - oal.com.co