

Mitos y realidades de la mercadotecnia: ¿Has creído alguno de ellos?



Ana Valeria Calvo, especialista en marketing y profesora del **Tecnológico de Monterrey campus Sinaloa** nos comparte sobre la relevancia del marketing en las empresas del futuro.

La experta desmintió **tres mitos sobre la mercadotecnia con tres razones** por las que será fundamental en el futuro.

Actualmente la mercadotecnia **forma parte fundamental para el éxito de una empresa** de acuerdo a la profesora Ana Valeria y afirma que esto seguirá así. Sin embargo; se han propagado **mitos que contrarrestan esta opinión**.

“Mercadotecnia tiene como objetivo formar estrategias de mercadotecnia que sepan no solamente diseñar estrategias de mercadotecnia con base en la creatividad sino basar su toma de decisiones en el análisis de datos del mercado y la industria”, comentó la experta.

telefono con redes sociales siendo manipulado por una mano

1. “Los mercadólogos no tienen muchas ofertas laborales”

De acuerdo a la experta **Ana Valeria**, los mercadólogos cuentan con un amplio abanico de posibilidades de desarrollo profesional.

“Desde administración de productos y marcas, investigación de mercados, análisis del comportamiento del consumidor, diseño de estrategias de mercadotecnia en los negocios, hasta la posibilidad de emprender”, mencionó.

Las profesiones que menciona son fundamentales para las empresas y continuarán siendo relevantes gracias al crecimiento de las redes sociales.

2. “Los mercadólogos no saben de números”

Ana Valeria menciona que la mercadotecnia además de crear estrategias que resuelvan los problemas con su creatividad, también se enfoca en **formar pensadores críticos que basen sus decisiones en datos duros**.

De igual manera, añadió que la mercadotecnia **no es solo una ciencia subjetiva, también es una ciencia racional** que en lugar de ser reemplazada por aplicaciones o algoritmos numéricos, será respaldada por ellos.

computadora mostrando estrategias de mkt

3. “Los mercadólogos solo saben de las 4P’s de marketing”

Aunque gran parte de la mercadotecnia gira en torno a este principio, de acuerdo a Ana Valeria, los mercadólogos son capaces de **desarrollar análisis de la industria y del mercado** que aportan **inteligencia de negocios** de gran valor.

“También cuentan con amplios conocimientos administrativos que les permiten entender el negocio como un todo y a las diferentes áreas dentro de la organización.” Habilidades valiosas en cuanto atracción de talentos para las empresas”, resaltó la profesora.

En conclusión, de acuerdo a la experta, la mercadotecnia es una profesión flexible con un abanico de posibilidades y un gran potencial para el futuro.

SEGURO QUERRÁS LEER TAMBIÉN: