

Marketing Internacional Curativo: Nuevo Enfoque en el Campo

Por Michael Czinkota

Parte 4

Permítanme introducir el término: **MARKETING INTERNACIONAL PALIATIVO** para hacer restaurar un nuevo desarrollo de nuestros esfuerzos. Empleo el término *PALIATIVO* para referirme a la restauración y desarrollo de la salud, para todos nosotros. “Restauración”, la empleo para indicar que había algo perdido que una vez estuvo allí, pero que actualmente su presencia no es recurrente. “Desarrollo”, lo empleo para referirme a los nuevos temas y áreas que se tienen que trabajar con ayuda de nuevas herramientas y marcos de referencia. El empleo de la palabra *salud*, por su parte, indica que el tema es importante para nuestras vidas en general, para las cuales la orientación de marketing en parte ha creado dificultades y problemas; y asimismo, una orientación de marketing necesita atenderlos, resolverlos y mejorarlos. El marketing puede lograrlo si es que ve más allá de su enfoque tradicional en el cliente, costo y precio, comunicación y distribución. Tiene que contribuir también al placer, seguridad y crecimiento personal, y el avance social. El área internacional, efectivamente, presupone la necesidad de pensar en cruzar fronteras y tomar acciones en conjunto. Al realizar esto, no sólo representa una diferencia crucial en cómo vivimos y nos relacionamos con nuestros vecinos, sino también nos ayudará a responder a los retos de largo plazo, cuya solución sobrepasa las capacidades de cualquier nación.

¿Y por qué todo esto forma parte del marketing? Porque en un mundo volátil, los profesionales de marketing se encuentran en la primera fila para responder a las necesidades de los clientes, solucionar interrupciones y encontrar nuevos puentes que faciliten la interacción y el progreso. Por más que todas las facetas de la actividad humana están propensas a ser afectadas por los cambios globales, el área de marketing, que constituye el enlace clave entre el mundo, la empresa y el individuo, será la más propensa a soportar la mayor presión. Los profesionales de marketing se encargan específicamente de las actividades de oferta y demanda, cuyas dimensiones claves se modelan cada día. Afianzar y concebir una nueva distribución, logística y cadena de suministro es un factor inherente al marketing. Desarrollar estrategias transfronterizas de determinación de precios es una dimensión crucial del marketing que afecta el bienestar global. La comunicación de las empresas, gobiernos y clientes entre ellos mismos y entre grupos con el fin de concebir conocimiento, entendimiento y colaboración, incluso en una época de medios sociales, constituye una actividad de marketing.

El marketing internacional paliativo nos permitirá usar la disciplina y nuestro conocimiento para cambiar el contexto de nuestras vidas y aspiraciones, ayudar a redefinir nuestra interacción con los individuos y con el mundo, e inspirarnos internamente para alcanzar un nivel de satisfacción. La meta es contar con un marketing internacional que no nos hace esclavos del consumo, pero que nos permita ver el camino para alcanzar la satisfacción individual, ofertas donde la calidad sobrepase la cantidad, y todos esto en un contexto global.