

## **Marketing internacional paliativo: Un nuevo enfoque en el campo**

“Conclusión”

Por: Michael R. Czinkota

Muchos académicos están decepcionados con la falta de apreciación del marketing internacional por el mundo. Sin embargo, los académicos también no han estado a la altura de lo que el mundo espera de ellos. Para el cambio del marketing internacional es una oportunidad clave. Aunque se habla con frecuencia acerca de cómo nos entendemos mucho mejor que en el pasado, la realidad es muy diferente. La coincidencia actual entre las sociedades suele ser muy minúsculo. Puede haber un número de líderes de la industria china que han desarrollado una clara comprensión del mundo, pero representan una fracción muy pequeña de la población china. El ciudadano chino medio pueda entender tanto de Cuzco, como el peruano promedio sabe de Tianjin

Muchas veces, sin tener en cuenta la idiosincrasia local es como la introducción de un virus destructivo en una cultura. Por ejemplo, traer serpientes a Guam casi exterminó todas las aves del lugar. Es el trabajo de marketing internacional que asegura la comprensión de las condiciones locales y de construir puentes con el fin de limitar el peligro de la hostilidad. Cada vez que las nuevas prácticas se inician por los vendedores, es su responsabilidad evitar causar daño, y compensar por los daños y perjuicios.

El Marketing paliativo tiene como componente fundamental el objetivo de que la comercialización nos ayude a todos, al hacerlo, ayudándonos a superar las deficiencias del pasado y la manera de evitar males futuros. Por supuesto, esto quiere decir que no todo lo que se puede hacer se debe hacer. Debemos cumplir con el Juramento Hipocrático de personal médico, que es: ". En primer lugar no hacer daño" Y entonces debemos tratar de hacer todo lo posible para que la gente sea mejor y en realidad se sienta mejor. También es importante para preservar el espacio para la compasión, e incluso a veces por exceso de pago. Debemos basar parte de nuestras decisiones en la idea de que todos estamos tratando de hacerlo a través de la vida con honor y dignidad. Nosotros debemos fuertemente profesar nuestras perspectivas y puntos de vista de la comercialización paliativa. Somos los agentes de cambio y la necesidad de estar

directamente involucrados en el cambio. Como el gran Ludwig von Wittgenstein dijo: "Un filósofo que no participa en las discusiones es como un boxeador que nunca entra en el ring".

Hay nuevas montañas que escalar y nuevas fronteras que cruzar. Los marketeros internacionales deben estar en el centro del cambio social y convertirse en los artífices de las mejoras en la calidad de vida, por lo que para nuestra disciplina, lo mejor está por venir. Al iniciar su nueva orientación en el campo del marketing internacional y de participar a principios del concepto de marketing internacional paliativo, la Universidad Particular Ricardo Palma es asegurarse que será en el Centro de los nuevos desarrollos. Les deseo lo mejor!

Gracias.